



**DRs tv-virksomhed i forandring:
programflade, portefølje og platforme**

Lassen, Julie Mejse Münter

Publication date:
2018

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Document license:
[CC BY-NC-ND](#)

Citation for published version (APA):
Lassen, J. M. M. (2018). *DRs tv-virksomhed i forandring: programflade, portefølje og platforme*. Det Humanistiske Fakultet, Københavns Universitet.



Ph.d.-afhandling

Julie Mejse Münter Lassen

DRs tv-virksomhed i forandring: programflade, portefølje og platforme

Vejleder: Henrik Søndergaard

Afleveret den: 4. september 2018

DRs tv-virksomhed i forandring: programflade, portefølje og platforme
Julie Mejse Münter Lassen
September 2018
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling
Det Humanistiske Fakultet
Københavns Universitet
Karen Blixens Plads 8
2300 København S

Abstract

Through the 1980s, '90s, and '00s, there was a remarkable increase in the number of television channels in Denmark and internationally. Numerous new channels were launched because cable, satellite, and the digitization technology increased broadcast capacity. But other aspects such as competition, economy, politics, and user behaviour were also important factors in this development. The Danish public service media institution DR utilized the digitization process to launch new television channels. Thus the institution, in less than two decades, went from running one single television channel to running a channel portfolio consisting of six linear television channels as well as a catch-up and streaming service.

Through a number of quantitative and qualitative analyses, this dissertation scrutinizes how the television activities of DR have altered between 2005 and 2015; the time in which the television channel portfolio was extended. The linear channels are the primary focus and the perspective is that of the sender: That is of which ideals, objectives, and strategies DR has set for its channel portfolio, the composition of the programme output, and the structure of the range of programmes. A single chapter is devoted to the on-demand service DR TV and an analysis of how this relates to the linear channels.

The theoretical foundation of this dissertation combines theory of the public sphere with medium theory, and it is explained how technical characteristics and usage have been pivotal to the societal tasks that radio and television companies have been trusted with. A key aspect of the societal obligation of the public service media institutions is the task of facilitating a common dialogue amongst the citizens. Due to the increasing number of new platforms and services, it is ever more difficult for said institutions to carry out this job. Following this, the dissertation discusses whether DR's comprehensive television channel portfolio poses a challenge for DR's uniting function. The conclusion is that, to a large extent, DR unites its channels to a joint offer. In addition, the comprehensive channel portfolio provides a better service to the viewers than the one single or few broad channels did previously.

Another key aspect of DR's programme activities is to supply the public with a versatile and manifold programme output. The genre-wise composition of the programme output is one of the central parameters against which DR's public service activity is being evaluated. This dissertation's quantitative analysis of the programme output demonstrates how the channel profiles in the channel portfolio are of paramount importance to the overall programme output of DR. Additionally, this dissertation argues that the versatility of DR's programme output is diminished on the on demand service compared to the output accessed via a traditional television set. This is due to restrictions in the regulatory framework of DR TV, which states that certain genres are not to be shown through the online service. Consequently, the definition of public service is narrower for the online service. This is of great importance in a media landscape where media usage gradually shifts to on-demand services.

Resumé

Op gennem 1980'erne, 90'erne og 00'erne sås en markant stigning i antallet af tv-kanaler, i dansk såvel som international kontekst. De talrige nye kanaler blev lanceret, fordi kabel-, satellit- og digitaliseringsteknologien øgede kapaciteten, men også faktorer som konkurrence, økonomi, politik og brugernes adfærd har været væsentlige faktorer i udviklingen. Også den danske public service-institution DR udvidede i denne periode sin portefølje af tv-kanaler, således at man på mindre end to årtier gik fra at drive en enkelt tv-kanal til at sende tv-indhold på seks kanaler foruden en streaming-tjeneste.

Gennem forskellige kvantitative og kvalitative analyser undersøger denne afhandling, hvorledes DRs tv-kanalportefølje har forandret sig i udviklingen fra få til mange tv-kanaler og platforme, nærmere bestemt i årene 2005–2015. Det primære fokus er de lineære tv-kanaler, og perspektivet er afsenderens, altså på baggrund af hvilke idealer, målsætninger og strategier, DR har udformet sin portefølje, sammensat sit programudbud og udformet sine programflader. Et enkelt kapitel inkluderer on demand-tjenesten DR TV, og sammenholder blandt andet denne med strukturen på DRs lineære tv-kanaler.

Afhandlingens teoretiske fundament kombinerer offentlighedsteori med *medium theory*, og det beskrives, hvorledes broadcast-mediernes teknologiske og brugsmæssige karakteristika har været afgørende for, at netop radio og tv har fået visse samfundsopgaver. Et centralt aspekt af de forpligtelser, public service-institutionerne har over for samfundet, er at facilitere en fælles samtale, en opgave det bliver stadigt vanskeligere at sikre i takt med, at nye platforme og tjenester kommer til. Afledt heraf diskuteres, hvorvidt det er en udfordring for DRs samlede funktion, at institutionen siden 2009 har drevet en kanalportefølje bestående af seks tv-kanaler. Det konkluderes, at DR i vid udstrækning formår at binde kanalerne sammen til et samlet tilbud, og at mangekanalporteføljen er en bedre betjening af seerne, end en enkelt eller få brede tv-kanaler var tidligere.

Et vigtigt aspekt ved DRs programvirksomhed er at levere et alsidigt og mangfoldigt programudbud, og programudbuddets genremæssige sammensætning er blandt de centrale parametre, mod hvilke DRs public service-virksomhed bliver evalueret. Af afhandlingens kvantitative programudbudsanalyse fremgår, at kanalporteføljens profilsammensætning har afgørende betydning for DRs samlede programudbud. Derudover argumenterer afhandlingen for, at graden af alsidighed og mangfoldighed i DRs samlede programudbud er mindre, når indholdet tilgås via on demand-tjenesten DR TV end via et traditionelt tv-apparat. Dette skyldes indholdsmæssige begrænsninger fastsat i DR TVs rammevilkår. En konsekvens heraf er, at definitionen af public service bliver smallere, når indholdet tilgås online. Dette er af stor betydning, når mediebrugen gradvist flytter sig til on demand-tjenester.

Tak

Denne afhandling var ikke blevet til uden hjælp og bistand fra en lang række personer. Jeg er dybt taknemmelig for den velvilje, jeg er blevet mødt med, og vil gerne rette en tak til de følgende – og undskyldte over for dem, jeg i min fortravlethed har glemt.

En stor og varm tak til medarbejderne ved Statens Mediesamling, Statsbiblioteket (nu Det Kgl. Bibliotek), for hjælp i forbindelse med fremskaffelse og forsendelse af materialer. I særdeleshed tak til Ole Demant Dreyer og Søren Borman, der utrætteligt har besvaret spørgsmål og taget sig af stort og småt i forbindelse med mine lån og bestillinger.

Tak til Tine Hochheim og Lars Lundegård Olsen for deres hjælp i forbindelse med TV-Meter.

Jeg er meget taknemmelig for støtten fra Oticon Fonden og Augustinus Fonden, der muliggjorde mit ophold i Oslo. Tak til Karoline Andrea Ihlebæk og Espen Ytreberg ved Universitetet i Oslo for at være mine værter, og til Trine Syvertsen, Hallvard Moe, Jostein Gripsrud og de andre norske kollegaer for værdifuld sparring. Thanks to Cathy Johnson, University of Nottingham, for an inspiring talk.

Jeg er dybt taknemmelig over for medarbejderne i DR for beredvilligt og imødekommende at svare på spørgsmål og give mig vigtige indsigter: Gitte Rabøl, Irene Strøyer, Morten Skov Hansen, Christoffer Guldbrandsen, Flemming Hedegaard Larsen, Henriette Marienlund, Malene Birkebæk, Regitze Louise Swane Heiberg, Steen Salomonsen, Kaare Schmidt, Henrik Birck, Christian Boye-Roed, Malene Skaaning Andersen, Peter Rosberg, Sophie Lose, Mette Birk og Dennis Christensen. Og tak til de øvrige medarbejdere, der gennem årene har besvaret mine mange emails med spørgsmål til dette og hint om oplysninger, jeg har manglet eller undret mig over. Tak til Lars Grarup for at besvare mit tweet og tage sig tid til at tale om gamle dage. Tak til Arne Helsing, TV Direktør på NRK, for at give mig indsigt i de norske forhold.

Tak til mine gode kollegaer på Københavns Universitet, og til familie og venner, for at være der til både faglig og personlig snak gennem årene.

Mest af alt tak til de to mænd, der mere end nogen andre har betydet, at denne afhandling er blevet til noget: min vejleder Henrik Søndergaard og min ægtemand Brian. Tak Henrik, for dit engagement – helt fra min første email, for utrætteligt at besvare mine spørgsmål og læse utallige udkast. Tak Brian, for din aldrig svigtende støtte og for at skubbe lidt til mig, så jeg turde mere end jeg troede.

Sidst men ikke mindst: Tak til Nora og Albert for – ved jeres blotte tilstedeværelse – at minde mig om, at der er andet i livet end arbejde.

Indhold

Abstract	i
Resumé	ii
Tak	iii
1 Indledning	1
1.1 Emneafgrænsning: Hvad er 'tv' i denne afhandling?	3
1.2 Tidsmæssig afgrænsning	3
1.3 Geografisk og institutionel afgrænsning	4
1.4 Public service som forskningsfelt	5
1.4.1 Forskning i public service-mediernes betydning for samfundet	5
1.4.2 Forskning i public service som <i>policy</i> og regulering	5
1.4.3 Forskning i public service-medierne i institutionelt perspektiv	6
1.4.4 Forskning i public service-medierne efter digitaliseringen	7
1.4.5 Projektets placering i fagfeltet	7
1.5 Afhandlingens struktur	8
2 Metoder og kilder	9
2.1 Periodeafgrænsning og udvalgte uger	10
2.2 Dokumentanalysen	11
2.3 Den kvantitative analyse af DRs programudbud	12
2.3.1 Validitetsudfordringer ved den kvantitative analyse	13
2.3.2 Praktiske udfordringer ved den kvantitative analyse	14
2.4 Interviews	17
2.5 Den kvalitative analyse af DRs programflade	19
2.6 Den tekstuelle analyse af DR TVs interface	20
2.7 Opsamling	21
3 Public service i et makro-teoretisk perspektiv	23
3.1 En begrebsdefinition	24
3.1.1 Grundlæggende kriterier for public service som institution og indhold	25
3.1.2 Begrebets udvikling over tid	26
3.2 Regulering	27
3.2.1 Regulering og markedsfejl	28
3.2.2 Regulering og meritgoder	29
3.3 Teori om den borgerlige offentlighed	30
3.3.1 Medierne og den borgerlige offentligheds forfald	31
3.3.2 Kritik af offentlighedsteorien i et medieperspektiv	32
3.4 <i>Medium theory</i>	34
3.4.1 Broadcasting og den individuelle modtager	34
3.4.2 Broadcasting og demokratisering af samfundet	35
3.4.3 Broadcasting som public service	36
3.5 Fra broadcast til narrowcast: public service ved vejs ende?	37
3.5.1 Fire teknologisk relaterede forandringer for public service- medierne	38

3.5.2	Fra én til flere offentligheder	40
3.5.3	Udvidelse af public service-begrebet	42
3.6	Opsamling	45
4	DRs kanalportefølje: fra få- til mangekanalstrategi	46
4.1	Begreberne <i>kanal</i> og <i>portefølje</i>	47
4.2	Teoretisk belysning af tv-kanalen	48
4.2.1	Fra frekvensknaphed til kanalmangfoldighed	48
4.2.2	Tv-kanalers identitet, profilering og <i>brand</i>	49
4.2.3	Segmentering eller fragmentering?	50
4.3	DRs tv-kanaler, 1996–2015	51
4.3.1	Profilerne i DRs tv-kanalportefølje	51
4.3.2	Fire faktorer som baggrund for kanalporteføljens udformning	53
4.4	Kanalporteføljens udvikling	54
4.4.1	Fra en til to kanaler: aflastningsstrategi	54
4.4.2	Fra tre til seks kanaler: et spørgsmål om konkurrence og kapacitet	55
4.4.3	Reprofilering af kanalporteføljen: at nå de vanskelige målgrupper	57
4.5	Samspillet mellem DRs tv-kanalprofiler	58
4.5.1	Hovedkanalen og porteføljekanalerne	59
4.5.2	Kanalprofilernes overlap	60
4.5.3	Programmigrationer og genudsendelser	61
4.5.4	Komplementaritet	62
4.6	Seertallenes betydning og udvikling	62
4.6.1	Share	63
4.6.2	Dækning og mankodækning	64
4.6.3	Seertallenes sammenhæng med kanalporteføljens ændringer	65
4.6.4	En sammenligning mellem DRs og konkurrenternes seertal	66
4.7	Opsamling	67
5	Det alsidige og mangfoldige programudbud	68
5.1	Den alsidige og mangfoldige programflade	69
5.1.1	Forskellige former for alsidighed	70
5.1.2	Den blandede programflade	71
5.1.3	Alsidighed på tværs af kanalportefølje og platforme	73
5.2	Programudbuddets udvikling 2005–2015	74
5.2.1	Det samlede antal sendetimer	75
5.2.2	Programtypefordelingen i prime time	78
5.2.3	Førstegangssendetimer og genudsendelsessendetimer	80
5.2.4	Programtypefordelingen på DR1	83
5.3	Diskussion om alsidigheden og mangfoldigheden i DRs programudbud	88
5.4	Opsamling	91
6	Strukturer, flow og samspil i DRs programflade	92
6.1	Programlægning	93
6.1.1	Programlægning og seere	93
6.1.2	Programlægning og public service	94
6.1.3	Programlægningens værktøjer	95

6.1.4	Det indimellem programmerne	96
6.2	Teori om <i>flow</i> i programfladen	97
6.2.1	Williams: flow-begrebets fader	98
6.2.2	Tre former for flow	98
6.2.3	Flow i det digitale medielandskab	99
6.3	Strukturen i prime time på DR1	100
6.3.1	DR1 i 2005	100
6.3.2	DR1 i 2010	102
6.3.3	DR1 i 2015	104
6.3.4	Udviklingen af prime time på DR1	106
6.3.5	En sammenligning med prime time-strukturen på TV 2	107
6.4	Strukturen i prime time på porteføljekanalerne	108
6.4.1	DR2	109
6.4.2	DR K	110
6.4.3	DR HD	111
6.4.4	DR3	111
6.4.5	DR Ramasjang og DR Ultra	112
6.5	Programfladens opbygning af flow	114
6.5.1	Flow i DR1s programflade	114
6.5.2	Flow på porteføljekanalerne	116
6.6	En samlet portefølje eller enkeltstående kanaler?	118
6.6.1	Kryds mellem DRs tv-kanaler	119
6.6.2	De egenproducerede programmers placering	122
6.6.3	Komplementaritet i programfladen	123
6.7	Programhenvisninger: Hvor føres seerne hen?	130
6.7.1	Programhenvisninger klokken 20.00 på DR1	131
6.7.2	Programhenvisninger klokken 20.00 på porteføljekanalerne	136
6.7.3	Programhenvisninger på DRs børnekanaler	137
6.7.4	Programhenvisninger efter klokken 20.00-programmet på DR1	138
6.8	Diskussion om samspillet i DRs tv-kanalportefølje	139
6.9	Opsamling	141
7	DRs kuratering af streaming-tjenesten DR TV	142
7.1	DRs online-tv: historie, platforme og formater	143
7.2	Teoretisk belysning af on demand-tv	145
7.2.1	Online-tv'ets indholdsmæssige karakteristika	145
7.2.2	Kuratering af online-tjenester	146
7.2.3	Personalisering og algoritmer	147
7.3	Analyse af DR TVs interface	149
7.3.1	DR TV i 2010	149
7.3.2	DR TV i 2015	152
7.3.3	Sammenligning mellem DR TV i 2010 og 2015	155
7.4	Begrænsningerne i DR TVs rammevilkår	156
7.4.1	DRs syn på DR TVs rammevilkår	156
7.4.2	DR TVs begrænsninger i et brugsmæssigt og public service- begrebsligt perspektiv	157
7.5	Relationen mellem DR TV og de lineære tv-kanaler	158
7.5.1	Kanalerne betydning på DR TV	159
7.5.2	Flow på DR TV	160

7.5.3	Programprioritering på DR TV	161
7.6	Kan public service og personalisering forenes?	163
7.7	Opsamling	166
8	DRs tv-virksomhed i forandring: implikationer for public service-opgaven	167
8.1	Mangekanalporteføljens implikationer	167
8.2	Streaming-tjenestens implikationer	169
8.3	Opsamling: Kontinuitet og forandring	174
9	Konklusion	175
9.1	Kanalporteføljens udvidelse og udformning	176
9.2	Programudbuddets forandringer	177
9.3	Kanalernes samspil	177
9.4	Streaming-tjenestens muligheder og begrænsninger	178
9.5	Forandringerne i DRs tv-virksomhed i et public service- teoretisk perspektiv	179
9.6	Begrænsninger og bidrag	180
9.7	Forslag til videre forskning	181
	Bibliografi	183
	Bilag 1: Fortegnelse over interviewpersoner	193
	Bilag 2: Sendetimeopgørelser 2005	194
	Bilag 3: Sendetimeopgørelser 2010	198
	Bilag 4: Sendetimeopgørelser 2015	202
	Bilag 5: Seertal for DR1 2015	206
	Bilag 6: Programplaner, uge 40 2005	207
	Bilag 7: Programplaner, uge 46 2010	209
	Bilag 8: Programplaner, uge 46 2015	216
	Bilag 9: Programplaner for TV 2	224
	Bilag 10: Kryds på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015	235
	Bilag 11: Programhenvisninger på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015	239

Hvis man som dansk tv-seer i begyndelsen af 1990'erne ønskede at skifte tv-kanal, var valgmulighederne til at overskue: Med mindre man havde adgang til en udenlandsk kanal, kunne seeren umiddelbart vælge mellem de tre tv-kanaler DR, TV 2 og TV3. I 1996 kom flere af fjernbetjeningens knapper i spil, idet DR og TV3 lancerede søsterkanalerne DR2 og TV3+, ligesom kanalen DK4 var kommet til. I næsten et årti var det disse kanaler, der udgjorde befolkningens tv-tilbud. Men i anden halvdel af 00'erne tog udviklingen fart, og en lang række nye tv-kanaler er siden blevet sat i søen som følge af både teknologiske, politiske, økonomiske og brugsmæssige faktorer.

Hvor det øgede kanaludbud for seerne er ensbetydende med større valgmulighed, har det for tv-selskaberne medført en intens konkurrence om seernes tid og opmærksomhed. Som følge heraf har det været nødvendigt at udvikle teknikker inden for både markedsføring og programlægning til at indfange og fastholde seernes interesse på en given kanal eller inden for en kanalportefølje. Også de aktører, der varetager en public service-opgave, har mærket den øgede konkurrence. Men for disse institutioner er der tale om en balancegang: På den ene side skal man varetage den samfundsopgave, man er sat i verden for løfte. På den anden side skal man fungere på et konkurrencepræget tv-marked og sikre, at seerne kontinuerligt finder interesse i public service-tilbuddet. For uden seere, lyttere og brugere mister public service-institutionerne deres relevans.

I denne afhandling fokuserer jeg på den danske public service-institution DR, og undersøger hvorledes DRs tv-virksomhed har forandret sig i årene 2005–2015. I denne periode er DR gået fra at drive to blandede tv-kanaler til seks tydeligt profilerede kanaler og en streaming-tjeneste, hvorpå seerne kan tilgå DRs tv-indhold. Ud over at seerne altså også inden for DRs tv-kanalportefølje har fået flere valgmuligheder, betyder udviklingen, at DRs programudbud er vokset betragteligt, og at institutionens programpolitiske- og programlægningsmæssige opgave har ændret karakter inden for en relativt kort årrække.

På baggrund af kanalporteføljens udvidelse og programudbuddets vækst kan den periode, jeg i afhandlingen beskæftiger mig med, karakteriseres som en guldalder i nyere tid for DRs tv-virksomhed¹. Ikke blot er antallet af tv-kanaler og årlige sendetimer steget, trods intensiveret konkurrence og en mediebrug under forandring er det lykkedes DR at opretholde en stor seertilslutning. At DR har kunnet udvide sin tv-virksomhed i denne periode, skal også

¹Bondebjerg (2012, 127) betegner 1964–1980 som dansk tv's guldalder eller 'Den klassiske public service-periode', da DRs tv-afdeling i denne periode fandt sin selvstændighed og form.

ses som udtryk for, at der har været politisk opbakning til DR som samfundsinstitution og til DRs konkrete virksomhed. Når jeg drager denne slutning skyldes det, at DR som public service-institution behøver Folketingets godkendelse (i form af de mediepolitiske aftaler og public service-kontrakter) for at kunne lancere nye tiltag og ændre på kanalporteføljens størrelse og sammensætning. Således har den mediepolitiske betydning for DRs udvikling været et grundlæggende parameter i projektet, og vil da også blive inddraget i afhandlingen, ligesom teknologiske og økonomiske forhold vil det².

Min interesse ligger i at undersøge udviklingen af DRs tv-virksomhed fra *afsender*-perspektivet. Derfor vil jeg også kun i yderst begrænset omfang beskæftige mig med DRs seere og brugere. Naturligvis spiller brugerne en central, for ikke at sige afgørende, rolle for DRs tv-virksomhed, og de senere år har medieudviklingen skabt nye muligheder for interaktion og brugerinddragelse, hvilket er en særdeles positiv udvikling for en public service-institution. Men i dette projekt ønsker jeg at belyse de strategiske beslutninger, målsætninger og idealer, der kommer til udtryk på forskellige niveauer i DRs tv-virksomhed – på årsbasis såvel som i løbet af den enkelte dag og uge. Tilsvarende beskæftiger jeg mig derfor kun undtagelsesvis med det egentlige programindhold, og gør kun dette for at pege på tendenser af mere principiel karakter. Som følge af denne interesse lyder de overordnede spørgsmål, jeg vil besvare med denne afhandling: Hvorledes har DRs tv-virksomhed forandret sig i udviklingen fra få til mange tv-kanaler med hensyn til kanalporteføljens organisering, programudbuddets sammensætning, programfladens struktur og platforme hvorpå tv-indholdet distribueres? Og hvilke fordele og problemer er der for DR som public service-institution ved denne udvikling?

Når jeg vælger at beskæftige mig med de strategiske beslutninger om programudbuddet, kanalporteføljen, kanalernes profilering og hvilke platforme DR er til stede på, er det fordi disse er relevante parametre i et studie af, hvorledes DR som public service-aktør udfører sin tv-virksomhed i forhold til konkurrence, politik, økonomi og den måde, hvorpå mediebrugen udvikler sig. Jeg vil dog ikke kun beskæftige mig med de overordnede linjer i DRs strategier og programpolitikker, men vil også studere, hvorledes disse strategier og politikker konkret realiseres i DRs tv-virksomhed. Således belyser flere af analyserne, hvorledes DR i praksis driver en fler- og mangekanalportefølje og får henholdsvis to og seks kanaler til at spille sammen. Ved at undersøge hvilke målgrupper, DR vælger at adressere gennem kanalporteføljens profiler, hvorledes programfladen struktureres i prime time på den enkelte kanal, i hvilket omfang kanalerne bindes sammen gennem forskellige programlægningsværktøjer og hvilket indhold DR prioriterer på sin streaming-tjeneste – og hvordan disse praksisser ændrer sig over tid – kan jeg først og fremmest kaste lys over, hvorledes DR i praksis varetager sin tv-virksomhed på mange kanaler og platforme. Derudover vil resultaterne af disse analyser også indikere, hvilken opfattelse af public service-opgaven, DRs tv-virksomhed er udtryk for.

I dette indledende kapitel vil jeg foretage dels en emneafgrænsning i form af en definition af, hvorledes jeg forstår DRs tv-virksomhed, dels en tidsmæssig afgrænsning for afhandlingens undersøgelser og dels en geografisk og institutionel afgrænsning som en begrundelse for mit valg af DR som analyseobjekt og en introduktion til hvilke lande – ud over Danmark – jeg orienterer mig imod. Herefter vil jeg placerer mit projekt i fagfeltet og argumentere for dets forskningsmæssige relevans. Afslutningsvis præsenterer jeg afhandlingens struktur.

²Jeg vil dog ikke foretage en egentlig karakteristik af den mere generelle samfundsmæssige, mediepolitiske og teknologiske udvikling, der har fundet sted inden for perioden, jeg beskæftiger mig med.

1.1 Emneafgrænsning: Hvad er 'tv' i denne afhandling?

I mange år har man betegnet det, DR og tilsvarende institutioner udfører, som public service broadcasting. Som jeg vil beskrive i kapitel 3, har digitaliseringen betydet, at man nu ofte taler om public service medier, da broadcasting typisk knyttes til det at sende lyd og billeder analogt. Ifølge Gripsrud (2010, 9) gælder dog, at: "(...)broadcasting can not be defined by the technology of distribution, what is know as the 'channel' in traditional mass-communication models. Neither is it defined by the platform on which it is listened to and/or watched(...)", hvor platform defineres som den teknologi, der tillader seeren at modtage det elektroniske indhold (ibid.). For Gripsrud er det definerende for broadcasting, at det er *push*-teknologi, hvor en afsender formidler indhold i en programplan, frem for *pull*-teknologi, hvor det er brugeren der udvælger indhold og selv råder over afspilningstidspunktet (ibid., 9-11).

Jeg vil beskæftige mig med begge former for tv-indhold, men afhandlingens primære fokus er de lineære tv-kanaler i DRs portefølje, altså den traditionelle *push*-teknologi. De senere år har brugen af tv-indhold, særligt for de unge målgrupper, i stigende grad flyttet sig til on demand-platformene (Slots- og Kulturstyrelsen 2016; DR Medieforskning 2017), men de lineære tv-kanaler står fortsat stærkt i den samlede befolknings mediebrug, og udgør kernen i DRs public service-virksomhed³. Derfor vil jeg i tre ud af afhandlingens fire analysekapitler beskæftige mig med de lineære tv-kanaler.

Afhandlingens syvende kapitel er dog allokeret til DRs catch up- og streaming-tjeneste DR TV, hvorpå *push*- og *pull*-indhold sameksisterer. Årsagen til dette er, at brugen af tv-indhold, som nævnt, i stigende grad flyttes til denne (type) platform, og som direkte følge heraf vil DR TV indtage en stadigt mere betydningsfuld plads i DRs tv-virksomhed fremover. Meget har allerede ændret sig i løbet af dette projekts forløb. Blandt andet blev det i maj 2018 annonceret, at DR TV fremover vil tilbyde unikt indhold, altså indhold der ikke som udgangspunkt vil blive sendt på DRs lineære tv-kanaler (Knudsen 2018). For projektets primære periode, 2005–2015, gælder derimod, at der med DR TV er tale om en ny måde at tilgå indhold på, men ikke nyt indhold i forhold til, hvad der er sendt på de lineære kanaler. Så selvom man, ifølge Gripsruds terminologi, ikke kan tale om broadcasting på en catch up-platform, inkluderer jeg stadig on demand-indholdet i min undersøgelse af DRs tv-virksomhed. I modsætning hertil beskæftiger jeg mig ikke med det tv-(lignende)indhold, DR publicerer på www.dr.dk, Facebook og YouTube, eller indholdet på nogle af DRs apps. Dels ville materialet blive for omfattende til dette projekt, dels er denne form for indhold naturligvis beslægtet med det traditionelle tv-indhold, men optræder dog i en anden form end det, der er afhandlingens hovedfokus.

1.2 Tidsmæssig afgrænsning

Inden for den type af samtidig medieforskning, jeg med denne afhandling indskrifter mig i, bliver et projekts genstandsfelt, dets analyser og konklusioner hurtigt forældede. Medielandskabet ændrer sig hastigt i forhold til den akademiske kadence, og den teknologiske udvikling samt brugsmæssige og mediepolitiske forandringer bevirker, at den forskning der var tænkt som værende aktuel, snart får et historisk præg. Det er et vilkår, jeg er fuldt bevidst om i mine undersøgelser af DRs tv-virksomhed, og jeg har fra jeg påbegyndte projektet i 2014 opfattet det som et, på sin vis, historisk arbejde, der belyser, hvorledes udviklingen tog sig ud,

³Dette gør sig ikke mindst gældende i økonomisk perspektiv: Af DRs public service-redegørelse for 2017 fremgår, at DR bruger langt flere midler på tv-kanalporteføljen end på sin radiokanalportefølje og online-portalen dr.dk (DR 2018a, 58)

og hvilke karakteristika der var forbundet med, at man overgik fra én distributionsteknologi til en anden.

Hovedfokus i afhandlingen er perioden 2005–2015. Dette kan forekomme som en forholdsvis kort periode, især for et historisk projekt. Når jeg har valgt denne periode, skyldes det, at meget væsentlige ændringer fandt sted inden for perioden, samtidig med, at det er relevant at foretage sammenligninger inden for denne tidshorisont. I 2005 husede DR to analoge tv-kanaler, mens allerede 2010 var det første hele år, hvor DR drev seks digitale tv-kanaler. Samtidig kunne seerne i 2010 tilgå tv-indholdet online. I 2015 havde både den lineære tv-kanalportefølje og online-tv-tjenesten undergået en række forandringer, omend antallet af kanaler og online-tjenestens grundlæggende funktioner var de samme. Disse tre år, 2005, 2010 og 2015, vil være de gennemgående nedslagspunkter i afhandlingens analyser. De repræsenterer DRs tv-virksomhed før digitaliseringen, da denne var indtruffet og da DR havde gjort sig nogle års erfaring med de muligheder, det digitale tv-medie rummer. Dermed dokumenterer denne forholdsvis korte periode også, hvor hastigt tv-landskabet har udviklet sig.

Undervejs i afhandlingen udvider jeg tidshorisonten i redegørelser og analyser, således at jeg i nogle kapitler inddrager perioden omkring 1996 (hvor DR2 blev lanceret), eller inkluderer de seneste tendenser helt frem til sommeren 2018. Jeg gør dette for at sikre, at relevante pointer integreres i analyserne, så et bredere perspektiv kan opnås. Jeg vil dog ikke beskæftige mig med perioden før 1996, dengang DR blot drev en enkelt tv-kanal. Måden hvorpå DR løftede sin tv-opgave på en enkelt kanal var så væsensforskellig fra, hvordan tv tager sig ud i en fler- og mangekanalportefølje, at det ikke er relevant at foretage sammenligninger.

1.3 Geografisk og institutionel afgrænsning

DR er det altovervejende fokus i afhandlingen. Dette valg er en naturlig konsekvens af mit ønske om at undersøge, hvorledes DR realiserer sine strategier og konkret agerer i udviklingen fra få til mange tv-kanaler. Denne interesse betyder, at jeg foretager en sammenligning af én public service-institution over tid, frem for at foretage sammenligninger på tværs af landegrænser i et komparativt studie. At valget er faldet på DR, fremfor TV 2s hovedkanal, de regionale TV 2-stationer eller Radio 24syv, skyldes, at DR med sit omfang (hvad angår organisationen såvel som antallet af kanaler og platforme, DR bedriver sin virksomhed på) er central blandt de danske public service-medievirksomheder. Ikke bare i en national kontekst står DR stærkt i medielandskabet, også i et europæisk perspektiv er DR en vigtig aktør, der går foran i udviklingen og har markeret sig med sin brede folkelige og (traditionelt) politiske opbakning (Nissen 2013; Brevini 2013). Derfor er et studie af DR også relevant uden for Danmarks grænser.

Undervejs i afhandlingen inddrager jeg dog også udviklingen i de øvrige skandinaviske lande og England for at påvise mere generelle tendenser. Tilsvarende gælder for den litteratur, jeg anvender, at den i vid udstrækning er relateret til de skandinaviske lande og Storbritannien. Dette skal ses som konsekvens af primært to forhold. For det første blev public service-institutioner etableret tidligt i Storbritannien og de skandinaviske lande, og de er vedblevet med at stå stærkt i de nationale medielandskaber. Som følge heraf findes en righoldig forskningslitteratur inden for fagfeltet. For det andet ses en række lighedspunkter mellem disse landes public service-institutioner og medielandskaber (Lowe og Steemers 2012; Nissen 2013; Carlsson 2013; Syvertsen et al. 2014), der gør, at forskning i eksempelvis norske og svenske forhold ofte vil være relevant i en dansk kontekst.

1.4 Public service som forskningsfelt

I dette afsnit vil jeg foretage en kort, overordnet karakteristik af public service-forskningslitteraturen. Det er en vanskelig opgave at skulle kategorisere public service-forskningen som fagfelt, eftersom forskning i public service-medier er yderst omfattende og behandler mange forskellige aspekter. Moe og Syvertsen (2009) inddeler public service-forskningen i fire overordnede kategorier: *policy studies*, *studies of public service broadcasting institutions*, et felt de betegner som *public service broadcasting, democracy and social life* samt *post-modern approaches to public service broadcasting*. Jeg vil skele til denne inddeling, og kommer i sagens natur til at inddrage nogle af de samme referencer. Som Moe og Syvertsen vil jeg operere med fire overordnede felter af forskningslitteraturen, men jeg vil omrokere og udvide disse kategorier og inkludere nyere og anden forskning, så det passer til mit projekt. Ambitionen med dette afsnit er ikke at foretage en udtømmende karakteristik af public service-forskningen, hertil er denne for omfattende. Derimod er formålet at introducere fagfeltet og placere min afhandling i dette samt at pege på, hvorledes jeg bidrager til forskningen i public service-medier.

1.4.1 Forskning i public service-mediernes betydning for samfundet

Moe og Syvertsen (2009, 400) beskriver, hvordan medieforskning som fagfelt opstod i 1970'erne og 80'erne, som et svar på en efterspørgsel efter viden om mediernes indflydelse. Inden for den engelsksprogede forskningslitteratur kom public service-medierne for alvor på dagsordenen i 1980'erne, da den teknologiske udvikling og politisk deregulering af mediemarkedet betød øget konkurrence og ændrede vilkår for de gamle medieinstitutioner (Søndergaard 1996; Moe og Syvertsen 2009). Det pres, BBC og ITV blev sat under, afstedkom en række akademiske forsvar for public service-princippet fra blandt andre Garnham (1986), Scannell (1989), Murdock (1990) og Tracey (1998), og som det vil fremgå af afhandlingens tredje kapitel, har deres teoretiske tilgang til public service-forskningen stadig stor betydning for fagområdet, herunder mit projekt.

Det fælles for denne gruppe af forskningsbidrag er, at de trækker på offentlighedsteorien. I kapitel 3 vil jeg gøre rede for, hvordan massemediernes betydning for tilblivelsen af en kritisk ræsonnerende og debatterende offentlighed er blevet koblet med public service-mediernes samfundsopgave. Blandt andre Scannell (1989) har argumenteret for, at public service-medierne er vigtige instanser i demokratiseringen af samfundet. Og skønt eksempelvis Jacka (2003) har sat et markant aftryk som modvægt til den udlægning, at public service-medierne spiller en særlig rolle for demokratiet, vedbliver netop offentlighed og demokrati at være nøglebegreber i megen public service-forskning (se eksempelvis Donders 2012; Brevini 2013; Holtz-Bacha 2015).

1.4.2 Forskning i public service som *policy* og regulering

Feltet *policy studies* findes både inden for en national kontekst og, som Moe og Syvertsen i særdeleshed fremhæver, i et komparativt europæisk/EU-perspektiv. Jakubowicz (2003; 2008; 2010; 2013) og Donders (2009; 2010; 2011; 2012) er blandt dem, der har beskæftiget sig indgående med EU-lovgivningens betydning for public service-mediernes eksistensvilkår, herunder omlægningen fra public service broadcasting til public service medier. Hvor Donders (2009, 210) argumenterer for, at EU-Kommissionens konkurrencelovgivning på medieområdet har bidraget til større åbenhed og en styrkelse af demokratiet, er den generelle opfattelse i public service-forskningslitteraturen, at EUs medielovgivning ofte begrænser de nationale public service-institutioners post-broadcasting-aktiviteter (Holtz-Bacha 2005; Coppens og

Saeys 2006; Moe 2009; Bardoel og Vochteloo 2011; Brevini 2013; se også Moe og Syvertsen 2009, 401).

Et andet aspekt ved *policy*-forskningen, jeg vil fremhæve, er litteratur om public service-medierne som genstand for regulering. I kapitel 3 vil jeg inddrage Graham (1999) og Doyle (2011) i min beskrivelse af, hvorledes public service-institutionerne er politisk reguleret i både økonomisk og indholdsmæssig henseende, som følge af den (politiske) opfattelse der på et givent tidspunkt er af disse institutioners særlige samfundsopgave. Herudover kan nævnes Humphreys (2010), Moe (2010), de Haan og Bardoel (2011) og Lunt, Livingstone og Brevini (2012) som andre eksempler på forskning, der beskæftiger sig med public service-medier og -institutioner i et reguleringsperspektiv.

Endelig indbefatter den skandinaviske public service-forskning, som Søndergaard (1996, 23) påpeger, ikke kun akademisk litteratur, men: "(...)omfatter en hel del udredningsarbejder og mediepolitiske betænkninger, som har en mere brugsrettet karakter, idet de indgår som grundlag for den mediepolitiske beslutningsproces". Søndergaard (1995; 1999; 2002; 2005) og Mortensen (1987; 1992) har forfattet sådanne publikationer i en dansk kontekst, mens blandt andre Asp (eksempelvis 2003; 2005; 2007) har gjort tilsvarende i et svensk perspektiv. De senere år har Slots- og Kulturstyrelsen forestået årlige rapporter om mediernes udvikling i Danmark (eksempelvis 2016; 2018), DR Medieforskning udgiver årlige rapporter om befolkningens mediebrug (eksempelvis 2015; 2016; 2017), og det såkaldte Public service-udvalg udsendte i efteråret 2016 rapporten *Public service de næste 10 år* med forskellige scenarier for, hvorledes public service-opgaven kan tænkes varetaget og med hvilke effekter for befolkningens mediebrug.

1.4.3 Forskning i public service-medierne i institutionelt perspektiv

I 1990'erne sås i de skandinaviske lande en række forskningsbidrag, der ifølge Moe og Syvertsen (2009, 402) kan føres tilbage til Raymond Williams' studie fra 1974 af: "(...)to what degree programming on commercial and public service broadcasters was becoming more similar" (ibid.). Hvor de gamle public service-kanalers programpolitik i Finland blev studeret af Hellman og Sauri (1994), belyste Søndergaard (1992; 1994; 2003) udviklingen hos DR, mens Syvertsen (1997) og Ytreberg (1999) beskæftigede sig med norske forhold. Fælles for disse studier er en interesse for, hvorvidt programudbud såvel som programlægnings teknikker hos public service-institutionerne har ændret karakter som følge af de nye, kommercielle kanalers tilkomst. Senere har Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2011; 2014) sammenholdt programudbud og programlægningspraksisser hos offentlige og private tv-selskaber i Norge, og konklusionen svarer til resultatet i 90'ernes forskning: Hvor public service-aktørerne har taget programlægnings teknikker til sig fra de private aktører, og (især i prime time) er blevet mere lig deres kommercielle konkurrenter, ses stadig forskel på programudbuddet, idet public service-kanalerne tilbyder et genremæssigt mere varieret programudbud.

Et andet institutionelt perspektiv er den type forskning, der beskæftiger sig med public service-mediernes lyttere, seere og brugere. Edin (2000; 2006a; 2006b) har undersøgt blandt andet svensk public service-tv's relation til sine seere, og blandt RIPE-netværkets⁴ talrige publikationer findes eksempelvis *The Public in Public Service Media* (Lowe 2010), der gennem en række bidrag beskæftiger sig med public service-mediernes brugerinddragelse. Forskere som Enli (2013) og Steemers (eksempelvis 2017a; 2017b) har beskæftiget sig med public service-mediernes kanaler, platforme og indhold henvendt til børn.

⁴Netværket samler public service-forskere og -branchefolk og udgiver løbende antologier om aktuelle problemstillinger for public service-medierne.

Et tredje felt, inden for forskningen i public service-medierne i institutionelt perspektiv, er studiet af specifikke programtyper såsom nyheder. I en dansk kontekst har eksempelvis Hjarvard (1999), Holm (2007), Svith (2007) og Thomsen (2013) studeret journalistiske kulturer og metoder hos danske og udenlandske public service-aktører. Resultatet af disse studier kan opsummeres som, at ligesom det er set med programlægningssteknikkerne, har de kommercielle aktørers nyhedsformidling haft en afsmittende effekt på public service-institutionernes ditto med flere 'bløde' vinkler – omend der stadig er forskel i både indhold og form.

1.4.4 Forskning i public service-medierne efter digitaliseringen

Op gennem 00'erne blev det europæiske medielandskab digitaliseret, hvilket har været afgørende for udviklingen af mediemarkedet, og som følge heraf har påvirket public service-forskningen. Med de nye muligheder digitaliseringen har medført, og det dualistiske mediesystem i Europa, hvor der skal være plads til både offentlige og private aktører, er det blevet yderst present at definere, hvori public service-opgaven består: Et grundlæggende stridspunkt mellem de private og offentlige broadcastere efter digitaliseringen har været, og er fortsat, hvilket indhold public service-institutionerne må tilbyde, og hvilke platforme dette indhold må formidles på. Uenigheden skyldes ikke mindst den såkaldte mediekonvergens, hvor grænserne mellem tidligere adskilte medier, og dermed sektorer, i stigende grad udviskes, således at eksempelvis dagblade nu også producerer videoindhold, og public service-institutionerne publicerer nyheder på skrift (Caldwell 2004; Donders 2012, 19).

En del af den forskningsmæssige diskussion har kredset om selve broadcasting-betegnelsen, og hvorledes public service-opgaven bør italesættes for at præcisere, på hvilke platforme og med hvilke typer indhold institutionerne må drive public service-virksomhed (Cowling og Tambini 2004b; Iosifidis 2010a; Collins 2010; Jakubowicz 2013). Andre bidrag har mere generelt beskæftiget sig med digitaliseringens betydning for de tjenester, public service-institutionerne kan levere (Lowe og Bardoel 2008; Nord 2009; Bennett et al. 2012; Ibarra, Nowak, og Kuhn 2015; Glowacki og Jaskiernia 2017; Lowe, Van den Bulck, og Donders 2018a).

Med til den digitale udvikling hører, at de gamle public service-institutioner har lanceret online-portaler og streaming-tjenester. Moe (2009) og Brevini (2013) har beskrevet de reguleringsrelaterede udfordringer, der knytter sig til de offentlige mediers online-aktiviteter, mens Sørensen (2011), Van den Bulck og Moe (2018) samt Sørensen og Hutchinson (2018) har diskuteret det forhold, at public service-institutionerne ønsker at personalisere deres online-tilbud. Denne diskussion berører jeg i kapitel 7.

1.4.5 Projektets placering i fagfeltet

Som det er fremgået af ovenstående, trækker jeg på flere af disse forskningsmæssige områder i afhandlingen. I den grundlæggende teoretiske afklaring vil jeg beskæftige mig med public service i et regulerings- og samfundsmæssigt perspektiv, mens afhandlingens analyser placerer sig i spændingsfeltet mellem programfladestudier og digitaliseringens betydning. I mine undersøgelser af DRs programudbud og programlægningspraksisser læner jeg mig op ad tilsvarende, tidligere studier af Søndergaard (1994), Ytreberg (2002), Syvertsen (1992) og Ihlebæk, Ytreberg og Syvertsen (2011; 2014). Dog gælder, at undersøgelserne foretaget af Søndergaard, Ytreberg og Syvertsen blev foretaget før digitaliseringen, da medielandskabet så markant anderledes ud end i dag med væsentligt færre tv-kanaler og uden streaming-platforme. Derfor adskiller mit projekt sig fra disse tidligere studier, både i udførelsen og resultaterne. Tilsvarende gælder, at Ihlebæk, Syvertsen og Ytrebergs analyser fra henholdsvis 2011 og 2014 omfatter både public service-kanalerne og de kommercielle kanaler, hvorfor deres konklusio-

ner om programlægningsteknikker og genremangfoldighed bliver draget på et andet grundlag end det, jeg arbejder ud fra.

Som følge af disse forskelle bidrager mit projekt til forskningslitteraturen, hvor der med et dansk perspektiv ikke er set lignende programudbuds- og programfladestudier siden Søndergaards afhandling fra 1994. Heller ikke i en skandinavisk kontekst er der de senere år foretaget så omfattende undersøgelser af en public service-institutions tv-virksomhed i et mangekanal- og multiplatformssystem. Således bidrager projektet også uden for landets grænser med viden om, hvordan denne omstilling er forløbet for en veletableret public service-institution.

1.5 Afhandlingens struktur

Afhandlingen består af ni kapitler. Foruden dette indledende kapitel danner kapitel 2 (om anvendte metoder og kilder) og kapitel 3 (om public service-begrebet i et makro-teoretisk perspektiv) fundamentet for afhandlingens fire analytiske kapitler og diskussionskapitel. Det niende og sidste kapitel er en konklusion.

I kapitel 4 beskæftiger jeg mig med de overordnede strategiske linjer i DRs tv-virksomhed, idet jeg gransker tv-kanalporteføljens udformning og hvilke kanalprofiler, der er indgået i porteføljen, siden DR2 blev lanceret. Formålet er at belyse, hvilke intentioner DR har haft med udformningen og ændringerne af kanalporteføljen, og hvilke faktorer der har spillet ind. Hvad de enkelte kanalprofiler har betydet for DRs programudbud, vil fremgå af kapitel 5, hvori jeg analyserer DRs programudbud i årene 2005, 2010 og 2015. Programudbuddet er det mest håndgribelige udtryk for, hvorledes DRs programpolitiske strategier omsættes i praksis, og en kvantitativ programudbudsanalyse kan belyse de store linjer i udviklingen. I sagens natur er denne form for analyse dog fattig på detaljer, hvorfor jeg i afhandlingens sjette kapitel studerer tv-kanalernes programflader en enkelt uge hver af de tre år. Herigennem kan jeg belyse, hvorledes DR driver sin mangekanalportefølje og søger at tilrettelægge sine programflader, så indholdet fremstår som et attraktivt tilbud, der kan fange og fastholde seernes interesse. Som jeg allerede har beskrevet, udbyder DR sine tv-programmer i to overordnede former: gennem de lineære kanaler og via online-plattformen DR TV. I kapitel 7 analyserer jeg, hvorledes DR TV er udformet, og sammenholder streaming-tjenestens udbud og struktur med DRs lineære tv-kanaler. Undervejs i afhandlingen diskuterer jeg problemstillinger, der udspringer af de enkelte analysers resultater, men i kapitel 8 træder jeg et skridt tilbage og diskuterer samlet, hvilke implikationer de senere års forandringer i DRs tv-virksomhed har for selve public service-opgaven.

Sidst i afhandlingen forefindes bilag med sendetimeopgørelser, programplaner samt supplerende skematiske fremstillinger af analysemateriale, jeg af pladshensyn og for læsevenligheds skyld har udeladt af selve afhandlingen. Jeg henviser til de nummererede bilag, når det er relevant.

Metoder og kilder

Som det fremgik af det indledende kapitel, indgår fire analysekapitler i afhandlingen. Heraf kan ét karakteriseres som værende en kvantitativ analyse, mens de resterende tre primært er kvalitative analyser. Til de kvalitative analyser gør jeg brug af fire metodiske tilgange: dokumentanalyse, interviews, programfladeanalyse samt hvad jeg vil betegne som en tekstuel analyse af DR TVs interface. At jeg anvender metodetriangulering, altså kombinerer flere metoder til at belyse, hvorledes DRs tv-virksomhed har udviklet sig fra 2005 til 2015, er både givtigt for mine resultater og for min arbejdsproces.

Generelt giver det at kombinere flere metodiske tilgange i en analyse den fordel, at flere perspektiver på samme fænomen kan træde frem (Jensen 2012, 301; Østbye et al. 1997, 101). Omfanget og karakteren af den empiri, jeg arbejder med, gør mit projekt komplekst og vanskeligt at danne sig det fulde overblik over. En enkelt metode er derfor utilstrækkelig for at belyse alle aspekter af projektets problemstilling. Men ved at anvende både en kvantitativ programudbudsanalyse og fire former for kvalitativ analyse, opnår jeg dels de generelle fordele ved henholdsvis kvantitative og kvalitative analyser, dels bidrager kombinationen til at sikre mere fuldstændige resultater. Hvor den kvantitative tilgang tilbyder overblik og er forholdsvis robust i sin store mængde empiri, er de kvalitative analyser mere fejlfølsomme med deres begrænsede data. Til gengæld beriger de kvalitative analyser projektet med et detaljeret indblik og forståelse for de bagvedliggende processer og ideer, der netop ikke fremgår af det kvantitative studie. At metodetrianguleringen er en fordel for mine resultater hænger sammen med, at jeg, som det vil fremgå af kapitlet, har været udfordret i forhold til begrænset adgang til data, i nogle tilfælde mangelfulde data samt ekstraordinære forhold i løbet af den periode, jeg har indsamlet data. Men ved at kombinere metodiske tilgange og flere kilder har jeg i vid udstrækning kunnet kompensere for fejl og mangler ved den enkelte metodes resultater.

I forhold til metodetrianguleringen som fordel for min arbejdsproces gælder, at hvor jeg gennem hele mit arbejde med projektet har indsamlet, læst og analyseret dokumenter, falder de øvrige empiriindsamlinger og databearbejdninger i mere afgrænsede dele, som bygger på hinanden. Den første egentlige analyse jeg har foretaget, er den kvantitative analyse af DRs programudbud. Denne analyse, hvori jeg bearbejder data på årsniveau, bidrager med et overblik over hovedtrækkene i tv-virksomhedens udvikling. Dette overblik har jeg benyttet som baggrund for de kvalitative analyser, jeg efterfølgende har udarbejdet. Det betyder også, at den kvantitative analyse forelå, da jeg foretog de interviews, jeg har anvendt i projektet, og at jeg således besad en generel viden om feltet, jeg kunne stille uddybende spørgsmål til

hos mine informanter. Ud over at danne grundlag for afhandlingens fjerde kapitel, der beskriver kanalporteføljens udvikling, indgår interviewene som supplerende kilde i de kvalitative analyser af programfladen på de lineære tv-kanaler og interfacet på DR TV i 2010 og 2015. De to sidstnævnte analyser er foretaget i den nævnte rækkefølge: først programfladeanalysen og derefter analysen af DR TVs interface. Derved er der en kronologi i min undersøgelse af udviklingen i DRs tv-virksomhed. For alle analyserne gælder, at min tilgang til kilderne har været eksplorativ uden forudgående hypoteser der har formet analyserne.

I dette kapitel beskriver jeg de metoder og kilder, jeg har anvendt i mit arbejde med projektet, i den rækkefølge jeg her har præsenteret dem: dokumentanalysen, den kvantitative analyse af DRs programudbud, de kvalitative interviews samt programfladeanalysen og analysen af DR TVs interface. Jeg vil udfolde fordelene ved hver metode i relation til projektet samt udpege relevante fejkilder eller mangler, jeg har oplevet i forbindelse med den enkelte metode og kilde. Indledningsvis gør jeg rede for periodeafgrænsningen og de forhold, der ligger bag udvælgelsen af de specifikke år og uger, jeg nærstuderer.

2.1 Periodeafgrænsning og udvalgte uger

Som projektets overordnede tidshorisont har jeg valgt årene 2005–2015. Som beskrevet i første kapitel er det inden for denne periode, at DRs tv-kanalportefølje er gået fra at bestå af to kanaler til seks kanaler og en streaming-plattform. At jeg foretager tre nedslag i perioden, i 2005, 2010 og 2015, giver mulighed for at belyse kanalporteføljens profil, struktur og samspil samt det samlede programudbud på forskellige stadier i udviklingen. Jeg anvender disse år i både den kvantitative og de kvalitative analyser.

Til de kvalitative analyser af programflade og interface har jeg udvalgt en enkelt uge hvert år, jeg undersøger i detaljen. Flere uger havde selvsagt givet et stærkere funderet grundlag at drage konklusioner på, men at analysere et så omfattende datamateriale, flere uger ville give, har ikke været muligt inden for projektets tidsramme. Det var min oprindelige intention at vælge uge 46 i 2005, 2010 og 2015 som den uge, jeg baserer mine analyser på. Årsagen er, at denne uge i en årrække er blevet anskuet som 'nyhedsugen', altså en gennemsnitlig uge uden større begivenheder, der derfor er blevet anvendt til at foretage analyser af mediernes hverdagslige indhold og befolkningens mediebrug (Lund 2014; 2000). Denne uges 'normalitet' er dog også blevet kritiseret (se eksempelvis Andersen og Larsen 2016). Min hensigt med at vælge netop uge 46 er ikke baseret på en tiltro til, at denne uge er mere gennemsnitlig end andre uger. Jeg blev informeret af medarbejdere i Statens Mediesamling, Det Kgl. Bibliotek, Aarhus (tidligere Statsbiblioteket), om, at man i uge 46 intensiverede datahøstningen på DRs websider, så jeg kunne vide mig sikker på, at DRs streaming-tjeneste DR TV (www.dr.dk/tv) ville være arkiveret i løbet af denne uge i 2010 og 2015. Da jeg begyndte at studere tv-indholdet i uge 46 i 2005 viste det sig dog, at der denne uge var kommunalvalg, hvilket påvirkede programfladen betragteligt. Jeg har i stedet valgt uge 40 i 2005, som ugen jeg foretager mine kvalitative analyser, da denne uge ligger fjernt fra kommunalvalget og heller ikke forstyrres af skolernes efterårsferie i uge 42.

Det havde været oplagt tilsvarende at vælge uge 40 i 2010 og 2015. Her har jeg dog måttet fastholde uge 46. Årsagen er, at DR TV ikke er blevet arkiveret korrekt af Statens Mediesamling i en længere periode i 2015. Dette opdagede jeg tidsnok til, at jeg selv kunne arkivere siden i uge 46, men tilsvarende data for uge 40 eksisterer altså ikke⁵. At jeg har måttet gøre brug af uge 46 i 2015 har den klare ulempe, at der fandt et terrorangreb sted i Paris

⁵Den manglende arkivering er medvirkende årsag til, at jeg ikke gør brug af sammensatte uger som analysegrundlag, men beskæftiger mig med hele uger.

fredag i denne uge. Dette påvirker i noget omfang programfladen på DR1 og DR2 fredag og lørdag aften. Det var ikke muligt at benytte en efterfølgende uge i 2015, da man her kommer ind i (optakten til) julesendefloden. Jeg har derfor set mig nødsaget til at holde fast i uge 46 i 2015, da datamaterialet ikke eksisterer forud for denne uge, og ikke er sammenligneligt med materialet for 2005 og 2010 for de efterfølgende uger. Jeg har vurderet, at det er af stor betydning for mine analyser at kunne sammenligne indholdet på de lineære tv-kanaler med indholdet på DR TV, så derfor holder jeg ved uge 46 for både tv- og online-indholdet. For at sikre det bedst mulige sammenligningsgrundlag for DR TV, har jeg valgt at foretage mine analyser af DRs tv-virksomhed i uge 46 i 2010.

2.2 Dokumentanalysen

Karppinen og Moe (2012) skriver om dokumentanalysen, at denne både kan bestå i analyse af egentlige tekstdokumenter og i (en medieneutral) analyse af indhold, det værende tekst, audiovisuelt indhold eller andet der kan arkiveres og hentes frem. Når jeg i dette afsnit beskriver mine kilder og metodiske tilgang inden for projektets dokumentanalyser, beskæftiger jeg mig udelukkende med dokumenter i den snævre betydning, altså som nedskrevet tekst. Det audiovisuelle indhold jeg har arbejdet med, forholder jeg mig til i afsnit 2.5 og 2.6.

I vid udstrækning indtager dokumentanalysen en understøttende og supplerende funktion for projektets andre metoder. Afhandlingens primære resultater stammer fra mit arbejde med TV-Meter, mine interviews samt mine analyser af programfladen og DR TVs interface. Forud for hver enkelt undersøgelse, parallelt med denne og efterfølgende har jeg dog støttet mig til forskellige former for dokumenter. Dette har især gjort sig gældende i de tilfælde, hvor mine fund er baseret på kvalitative metoder: I et kvalitativt studie må det nødvendigvis være sådan, at konklusionerne drages på et begrænset datasæt - ellers vil det ikke være muligt at gå i dybden med materialet. Når jeg lader en enkelt uge repræsentere et helt års praksis eller foretager et begrænset antal interviews, er det et forholdsvis begrænset materialegrundlag. Men ved at inddrage en række dokumenter som supplerende kilder, har jeg netop søgt at undgå, at konklusionerne bliver for spinkle. Sammenholdt med projektets øvrige metoder og kilder er dokumentanalysen en forholdsvis simpel og overskuelig metode til at fremskaffe yderligere data. Som eksempel kan nævnes det kvalitative studie af programfladen (kapitel 6), hvor jeg understøtter de audiovisuelle kilder med trykte programplaner for både den belyste uge og de omkringliggende uger de pågældende år.

Ifølge Lynggaard (2010, 138) findes der tre overordnede typer af dokumenter: primære, sekundære og tertiære⁶. Jeg har anvendt alle typer i projektet. De tre typer dokumenter adskilles ved, hvilke aktører der har adgang til et givent dokument på hvilket tidspunkt (ibid.). Primære dokumenter er karakteriseret ved at være henvendt til "(...)et afgrænset sæt af aktører på et tidspunkt i umiddelbar nærhed af den begivenhed eller situation, dokumentet refererer til" (ibid.). Ifølge Lynggaard vil adgangen til denne type dokumenter ofte være begrænset for en udenforstående, ligesom eventuel brug vil være underlagt formel regulering eller personlig velvilje (ibid., 139). I projektet har jeg i begrænset omfang benyttet mig af denne type dokumenter. De dokumenter, det specifikt drejer sig om, er interne strategidokumenter fra DR. De strategidokumenter, jeg har haft adgang til, er af ældre dato (2009–2010), men jeg har haft et ønske om at læse både tidligere og efterfølgende strategier. Disse har det dog ikke været muligt at fremskaffe. Da jeg interviewede DRs daværende mediedirektør Gitte Rabøl bad jeg om at måtte se den seneste publiceringsplan, men dette fik jeg afslag på. DRs

⁶Jeg har ligeledes benyttet Lynggaard (2010) i mit speciale (Lassen 2011, 5–6)

virksomhedsstrategi *Værd at dele* fra 2016 har jeg frit kunnet benytte, men denne er også hvad Lynggaard betegner som et sekundært dokument:

”Et sekundært dokument kan ses som et dokument, der i princippet er tilgængeligt for alle, som måtte ønske det på et tidspunkt i umiddelbar nærhed af den begivenhed eller situation, dokumentet refererer til. Det kan fx være lovtekster, regeringsrapporter, avisartikler eller hensigtserklæringer fra virksomheder, interesseorganisationer og politiske partier. Sekundære dokumenter har ikke nødvendigvis offentligheden som målgruppe, men er dog generelt og offentligt tilgængeligt” (Lynggaard 2010, 139).

Foruden DRs officielle dokumenter (public service-redegørelser, årsrapporter og tilsvarende) indgår de sekundære dokumenttyper lovtekster og programplaner i mine analyser. Programplanerne er dels tilgået via hjemmesiden www.larm.fm, dels udleveret af Statens Mediesamling. Den type dokumenter, Lynggaard betegner som tertiære, er ligeledes offentligt tilgængelige og ”(...)karakteriseret ved at være produceret på et tidspunkt efter den begivenhed eller situation, dokumentet refererer til” (ibid., 139). Akademiske værker indgår i denne kategori, hvorfor jeg naturligvis har anvendt talrige dokumenter af denne type i afhandlingen.

Karppinen og Moe (2012) beskriver, hvordan dokumenter enten kan benyttes som kilder, eller som objekter i sig selv. At et dokument anses for at være en kilde, medfører ifølge Karppinen og Moe en forventning om, at dokumentet reflekterer en proces, en interesse eller handlinger foretaget af forfatteren (ibid., 185). Hensigten med denne form for dokumentanalyse er at bevæge sig fra kilde til fakta, skriver de (ibid.). Samtidig skal man, ifølge Karppinen og Moe, være bevidst om et dokumentets retoriske funktion: ”So even when they are used as sources, a researcher needs to assess the credibility of documents and to reflect on the intentions of their authors” (ibid., 186). Benyttes et dokument som objekt i sig selv (Karppinen og Moe betegner også dette som at benytte dokumenter som tekst eller sociale produkter), opfattes det som at have følgevirkninger uafhængigt af forfatterens intention. Denne opfattelse er ifølge Karppinen og Moe især udbredt inden for konstruktivismen, og beskæftiger sig med et dokumentets temaer, diskurs og framing (ibid., 186-187). Min metodiske tilgang til de analyserede dokumenter falder inden for den første af Karppinen og Moes to kategorier, idet jeg har anvendt dokumenterne som kilder til fakta (eksempelvis programplanerne og Lov om radio- og fjernsynsvirksomhed) eller til at reflektere DRs interesse i den mediepolitiske udvikling (eksempelvis DRs høringssvar til Public service-udvalget (DR 2015b) eller publikationen *Dansk indhold til alle* (DR 2017a)).

At jeg ikke har haft adgang til samtlige dokumenter, jeg ønskede, har selvsagt sat begrænsninger for udformningen af mine analyser. Men når først adgangen til dokumenterne var opnået, har det været forholdsvis ukompliceret at gøre brug af denne form for kilder, ligesom min måde at anvende dem på har været simpel. Kan man tale om udfordringer i relation til dokumentanalysen, har det været i undersøgelsen af programfladen, hvor jeg oplevede uoverensstemmelser mellem de trykte programplaner og de faktiske programflader.

2.3 Den kvantitative analyse af DRs programudbud

Grundlæggende kan den kvantitative analyse anvendes til at skabe overblik over et stort datamateriale, og har ifølge Østbye et al. (1997, 137) som mål: ”(...)å finne strukturer eller teste på forhånd oppstilte hypoteser om strukturer i materialet”. Når jeg i dette projekt foretager en kvantitativ analyse af DRs programudbud i årene 2005, 2010 og 2015, er det ud fra et ønske om at etablere en forståelse af de generelle udviklingstendenser, der har præget DRs tv-virksomhed i udviklingen fra få til mange tv-kanaler. Programudbuddet er netop det

synlige udtryk for, hvordan public service-idealer og institutionelle målsætninger omsættes i konkret virksomhed (Søndergaard 1994, 18). I tillæg hertil kommer, at der de seneste årtier er set en stigning af kvantificerbare mål for public service-institutionerne (Jakubowicz 2003; Coppens og Saeys 2006; Donders 2011; Lassen 2013). Eksempelvis skal DR i sine årlige public service-redegørelser afreportere, hvordan institutionen lever op til sine kontraktlige forpligtelse, som både tæller særlige indsatsområder, specifikke programtyper og konkrete timetal for udvalgte programtyper såsom nyheder og dansk dramatik (se eksempelvis DR 2016a, 26). Disse kvantitative opgørelser benyttes reguleringsmæssigt, mediepolitisk og i den bredere samfundsdebat til at evaluere og vurdere DRs public service-virksomhed. Ved at koble min kvantitative undersøgelse med resultaterne fra mine interviews samt min dokument- og programfladeanalyse kan jeg kaste lys over udviklingstendenserne og således nuancere og kvalificere debatten.

Jeg har ved udførelsen af den kvantitative analyse oplevet en række vanskeligheder, hvoraf nogle er relateret til metodens validitet, mens andre er af praktisk karakter. De vanskeligheder, der knytter sig til metodens validitet, opstår, fordi jeg arbejder med en periode, der er præget af omfattende forandringer af programudbuddet og tv-landskabet. De praktiske udfordringer vedrører dels den overordnede programtypekategorisering, dels de konkrete resultater. Jeg vil i det følgende beskrive disse former for vanskeligheder, og hvordan jeg har vurderet og håndteret dem. Foruden den kvantitative analyse af DRs programudbud i kapitel 5 inddrager jeg i kapitel 4 en mindre kvantitativ analyse af DRs seertal opgjort i share, dækning og mankodækning. Denne undersøgelse er dels af mindre målestok, dels mindre kompliceret end programudbudsanalysen, hvorfor jeg ikke beskæftiger mig med den i det følgende.

2.3.1 Validitetsudfordringer ved den kvantitative analyse

Metodisk er mit projekt inspireret af tidligere forskningsbidrag, der også har inddraget kvantitative analyser (Syvertsen 1992; Søndergaard 1994; Van den Bulck 2001). Men hvor eksempelvis Søndergaards datamateriale omfattede en enkelt tv-kanal (DRs dengang eneste tv-kanal), der sendte et begrænset antal timer i døgnet, er mit materiale fra især 2015 med seks tv-kanaler, hvoraf nogle har sendt programmer døgnet rundt, væsentligt mere omfattende. Herudover sendes tv-indhold i dag på en række andre platforme end de lineære kanaler, ligesom der er et stort antal genudsendelser og forskellige former for fyld af programfladerne, der skal tages højde for i bearbejdningen af resultaterne⁷. Disse forhold gør den kvantitative udbudsanalyse kompleks at arbejde med, fordi det er vanskeligt at danne sig det fulde overblik over materialet. Jeg har forsøgt at imødekomme denne udfordring ved at foretage en skarp afgrænsning, så jeg udelukkende beskæftiger mig med indholdet på de traditionelle tv-kanaler og online-plattformen DR TV (tilgået via browser på en computer), og ikke inkluderer materiale på andre platforme. Alligevel er de kvantitative data på årsbasis yderst omfattende, og omfanget er markant stigende gennem perioden.

Jeg beskæftiger mig med en tiårig periode, hvor DRs kanalportefølje er blevet udvidet og omlagt flere gange. Det kan derfor fremstå som, at jeg sammenligner størrelser, der ikke er sammenlignelige. Et konkret eksempel er nyhedsudbuddet på DRs tv-kanaler: At antallet af nyhedssendetimer er steget med 972 procentpoint fra 2005 til 2010 forekommer at være en dramatisk og derfor meget interessant udvikling. Faktum bag tallene er dog mindre opsigtsvækkende, idet DR i 2010 drev kanalen DR Update, der sendte nyheder 24 timer i døgnet, heraf mange genudsendelser. En sådan udvikling træder tydeligt frem i en statistisk

⁷Eksempler på genudsendelser og indhold, jeg betegner som *fyld*, er, når DR3 sender tre timers gymnastik, afspænding eller *mindfulness*, hvor hvert indslag varer ti minutter, men genudsendes talrige på hinanden følgende gange.

opgørelse, og den kvantitative undersøgelse bliver således en meget umiddelbar dokumentation for de systematiske omlægninger, DR har foretaget i perioden. Men som eksemplet illustrerer, er metodetrianguleringen vigtig for den kvantitative programudbudsanalyse: Tallene bidrager med et overblik over, hvad der er sendt på DRs tv-kanaler i perioden. De sætter nogle tendenser og bevægelser på spidsen, der ikke fremkommer i den detaljeorienterede kvalitative programfladeanalyse. De kvantitative resultater skal dog ikke stå alene, men belyses gennem andre metoder for at blive egentlig anvendelige til at beskrive og ikke mindst forstå udviklingen.

2.3.2 Praktiske udfordringer ved den kvantitative analyse

Min analyse af DRs programudbud bygger på eksisterende data fra Kantar Gallups TV-Meter tilgået via programmet InfoSys+. Dette har resulteret i to overordnede udfordringer. Den første vedrører kategoriseringen af de programmer, DR sender på sine tv-kanaler. De programtypekategorier, som DR lægger til grund for sine årlige opgørelser, er udformet på baggrund af European Broadcasting Unions klassificeringssystem ESCORT fra 2007, men benyttes i en version, der er tilpasset de danske tv-kanaler⁸. Det er de samme programtyper, alle broadcastere, der opererer på dansk jord, benytter, når sendetimer meldes ind i TV-Meter-systemet. Ti programkategorier anvendes i opgørelserne af sendetimer: almene nyheder, aktualitet & debat, oplysning & kultur, undervisning, musik, underholdning, dansk/nordisk fiktion, udenlandsk fiktion, sport (herunder sportsnyheder) samt præsentationer. At samtlige udsendelser skal fordeles på disse programtyper kan problematiseres, da der unægtelig bliver tale om meget brede kategorier, hvor genremæssige nuancer går tabt. Eksempelvis rummer en programtype som musik både amerikanske musikvideoer, operaudsendelser, klassiske koncerter og familieunderholdningsshowet *X-factor*. Tilsvarende gælder, at oplysning & kultur er en meget bredt favnende kategori, der ikke blot dækker over indholdet i DR Ks mere nicheorienterede flade, men også diverse mad- og livsstilsprogrammer på DR1, gymnastikprogrammer på DR3 samt talrige udsendelser på de to børnekanaler. Derfor bliver oplysnings- & kulturprogramtypen en form for opsamlingskategori for en lang række programmer af meget forskellig art, hvor der med fordel kunne tegnes et mere nuanceret billede gennem en inddeling i eksempelvis kunst- og livsstilsprogrammer samt udsendelser for børn. Samme pointe gør sig gældende for de andre kategorier: Andelen af udenlandsk fiktion i DRs programudbud er kilde til hyppige diskussioner, men som regel vil kritikken omhandle amerikansk (og til en vis grad engelsk) fiktion, mens europæiske film typisk vil anses for vigtigt public service-indhold. Men den brede programtypekategori skjuler denne større spændvidde i det faktiske fiktionsudbud. I tillæg hertil kommer, hvad Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg pointerer:

”Det er vigtigt å merke seg at grove kategorier som disse gir begrenset rom for det komplekse og foranderlige forholdet mellom sjangere på tv. Metodikken får ikke med utviklingstrekk som går på tvers av sjanger, og endringer innad på program- og sjangernivå. Dermed kan analysen blant annet ikke yte full rettferdighet til et utpreget sjangerblandende fenomen som reality-tv”. (Ihlebak, Syvertsen, og Ytreberg 2011, 229)

Der er således en klar begrænsning ved denne meget overordnede, kvantitative opgørelsesform. Jeg har naturligvis overvejet, om jeg grundet disse mangler ved opgørelsessystemet skulle udforme mit eget mere nuancerede kategoriseringssystem (se eksempelvis Søndergaard 1994, 138–140). At jeg vælger at basere mine analyser på det officielle systems data og programtypeinddeling, kan tilskrives to klare fordele ved denne metode: det omfattende datagrundlags soliditet og opgørelsens sammenlignelighed.

⁸Kilde: Samtale med Dennis Christensen og Mette Birk, DR Medieforskning, 14. januar 2016.

Mit ønske har som udgangspunkt været at foretage en kvantitativ analyse af tre års programudbud inden for en tiårsperiode. Det havde været realistisk, inden for projektets rammer, at udfærdige et datasæt baseret på mine egne programtypedefinitioner og opgørelser for en periode på 1-2 uger, men for tre hele år er det et uoverkommeligt arbejde. Jeg er af den overbevisning, at udsigelseskraften ved tallene på årsbasis er større, end hvis jeg havde ladet en periode af 1-2 ugers varighed repræsentere et helt års programflade. Hvis jeg selv skulle typebestemme hvert enkelt program, havde jeg stået over for en række udfordringer med at definere genrer og placere det enkelte program i en kategori. Resultatet havde været større gennemsigthed for mit eget vedkommende, men mine (subjektive) resultater ville ikke være sammenlignelige med DRs officielle opgørelser, og mit projekt kunne således ikke direkte bidrage til at løfte debatten om DRs programudbud, sådan som jeg ønsker det.

Den anden praktiske udfordring i forhold til min kvantitative analyse er relateret til de konkrete resultater fra TV-Meter, jeg har fundet gennem brugen af systemet InfoSys+. Jeg har valgt at foretage mine egne kørsler i systemet af to grunde: Først og fremmest finder jeg det afgørende, at jeg som forsker trækker mine egne data. For det andet er DRs årlige opgørelser ikke komplette, og kan derfor kun fungere som sammenligningsgrundlag⁹. Jeg har oplevet InfoSys+ som et kompliceret system at arbejde med, og jeg er endt med et resultat, der afviger fra de officielle tal, DR publicerer i sine årlige public service-redegørelser. Nogle afvigelser er af begrænset omfang, mens andre er mere omfattende. Nogle afvigelser kan jeg forklare, mens jeg for andre må konstatere, at der er tale om en egentlig fejl ved mit materiale. Tabel 2.1 viser de overordnede forskelle på opgørelsen af antallet af sendetimer på årsniveau.

	DRs beregninger	Mine beregninger	Differens i timer	Differens i procent
2005	10.534	10.498	36	0,34
2010	32.811	32.761	50	0,15
2015	43.809	43.291	518	1,18

Tabel 2.1: Forskelle på DRs og mine beregninger af det årlige programudbud.

Som det fremgår af tabellen, er der for 2005 og 2010 tale om afvigelser på henholdsvis 0,34% og 0,15%, mens mine tal for 2015 afviger med 1,18% fra DRs¹⁰. Denne noget større samlede afvigelse dækker over større og mindre forskelle for samtlige programtyper i 2015. Hvor eksempelvis min opgørelse for antallet af musiksendetimer afviger med blot tre timer fra DRs tal, og underholdningssendetimerne afviger med syv timer, er der store forskelle (omkring 800 timer) på DRs og min opgørelse over fiktionssendetimerne. Her er fejkilden dog til at udpege: Hvor DR opdeler sendetimerne i henholdsvis dansk dramatik & fiktion og udenlandsk dramatik & fiktion, optræder i InfoSys+ kategorierne dansk/nordisk fiktion og udenlandsk fiktion. Der er altså forskel på, hvor det nordiske indhold placeres. Sammenholdes de to kategoriers sendetimer, fremkommer en samlet afvigelse på 92 sendetimer. Dette lyder stadig af meget, men skal ses i forhold til, at det samlede antal sendetimer for fiktionskategorierne er på omkring 16.600 timer.

⁹I DRs public service-redegørelse for 2005 opgøres kun det samlede antal sendetimer per kanal og fordelingen af førstegangssendetimerne per programkategori per kanal, dvs. fordelingen af genudsendelsessendetimerne er ikke opgjort. Derfor kan jeg ikke sammenligne mine fund med DRs officielle tal for 2005. I redegørelsen for 2010 er opgjort sendetimedelingen på programtyper for samtlige kanaler i både førstegangs- og genudsendelsessendetimer. I redegørelsen for 2015 er kun opgjort det samlede antal sendetimer fordelt på programtype og kanaler, ikke fordelingen mellem førstegangs- og genudsendelsessendetimer, men denne har jeg fået udleveret per email af DR Medieforskning.

¹⁰De mindre afvigelser kan skyldes, at der er forskel på, hvordan et år er opgjort. Jeg har i mine kørsler fulgt kalenderåret fra 1/1 til 31/12, mens et (lidt) anderledes resultat vil fremkomme, hvis man tager udgangspunkt i de hele uger 1-52.

Den mest iøjenfaldende afvigelse er i forhold til antallet af sendetimer inden for kategorien undervisning. Mens DRs officielle opgørelse viser, at der blev sendt 226 timer inden af denne programtype i 2015, bliver mit resultat i InfoSys+ 22 sendetimer. Når jeg ser på, hvilke programmer der er inkluderet, fremgår, at opgørelsen kun rummer programmer sendt på DR1 og DR2, og ikke medregner DR Ramasjang-programmerne *Skæg med tal*, *Skæg med bogstaver* og *Nørd*, programmer DR selv fremhæver som læringsindsatser (DR 2016a, 20). For at sikre mig at mit resultat ikke skyldtes manglende kompetencer fra min side, har jeg søgt hjælp fra flere steder: kollegaer der underviser i TV-Meter, DR Medieforskning (som dog ikke kunne afse ressourcer til at hjælpe), Statsbibliotekets TV-Meter ekspert (som ikke var i stand til at hjælpe mig grundet manglende kendskab til InfoSys+) samt Kantar Gallups ansvarlige på området. Kantar Gallups ansvarlige medarbejder nåede frem til et resultat, der ligeledes er forskelligt fra DRs, og hvor antallet af undervisningssendetimer i 2015 var 18. Jeg har naturligvis foretaget kørslen gentagne gange, og er hver gang kommet frem til samme resultat. Selvom der altså tydeligvis er tale om en fejl med resultatet for undervisningssendetimerne, er mine data reproducerbare i den periode, jeg har foretaget undersøgelsen (fra ultimo januar 2016 til medio marts 2017). For at undgå at drage udokumenterbare konklusioner undlader jeg at beskæftige mig med mine beregninger for undervisningssendetimerne i 2015. For de resterende resultater mener jeg, at tallene udmærket kan anvendes til at belyse udviklingen af DRs kanalportefølje henover perioden. For det første er differensen mellem DRs beregninger og mine beregninger af relativt beskedent omfang. For det andet anvender jeg både dokumentanalyse og interviews med kerneaktører i DR til at belyse den udvikling, tallene giver det kvantitative overblik over.

Objektiviteten af de kvantitative programudbudsopgørelses bliver fra tid til anden diskuteret på baggrund af det forhold, at det er medieinstitutionerne selv, der foretager inddelingen af deres programmer i de forskellige kategorier. Jeg finder ingenlunde, at der er belæg for at mistænkeliggøre sandfærdigheden af DRs af- og indrapportering af sendetimerne programtypemæssige fordeling¹¹. Det vil dog altid være en subjektiv vurdering, hvorledes det enkelte program skal klassificeres, hvad end det er DRs medarbejdere eller mig, der foretager klassificeringen. Uanset hvor sagligt og objektivt programudbuddet klassificeres af medieinstitutionerne, ligger der en (medie)politisk signalværdi i dets fordeling. Jeg mener derfor, at det er relevant, også i et perspektiv der rækker ud over denne afhandling, at udfolde baggrunden for tallenes udvikling og belyse begrænsningerne ved deres anvendelighed. Dette mener jeg at kunne gøre i forlængelse af min kvantitative analyse, trods de her beskrevne dataproblemer.

¹¹Jeg har foretaget stikprøver af de DR-programmer, der blev sendt i både 2005, 2010 og 2015. Disse viser, at titler som *Hammerslag*, *Debatten* og *Kontant* placeres i samme kategori alle år. Således gælder, at skønt kategoriseringen af det enkelte program til enhver tid kan diskuteres, er programmernes placering i programtypekategorierne konstante gennem perioden, hvilket gør en sammenligning henover en tiårig periode mulig.

2.4 Interviews

I afhandlingens fjerde kapitel om DRs kanalportefølje og syvende kapitel streaming-tjenesten DR TV er interviews med relevante DR-medarbejdere en central kilde. Jeg har i forbindelse med projektet foretaget 17 interviews. Heraf var de 15 med ansatte i DR¹², et var med Lars Grarup, tidligere direktør for tv og nye medier i DR og på tidspunktet for interviewet administrerende direktør i produktionsselskabet Skylark, og et interview var med den norske public service-institution NRKs tv-direktør Arne Helsing¹³. Jeg foretog alle interviews i februar-juni 2016. Således foregik interviewene, da jeg tidsmæssigt befandt mig midtvejs i projektet, og dette afspejler den funktion, jeg ønskede, at de skulle have. Da jeg foretog interviewene havde jeg udført den grundlæggende kvantitative analyse og den indledende analyse af DRs strategidokumenter. Jeg var altså generelt informeret om feltet og bevidst om, hvad jeg søgte svar på. Samtidig tog interviewene karakter af at være semistrukturerede, så jeg ikke var låst fast på en snæver dagsorden.

Eftersom jeg fra projektets begyndelse var interesseret i at opnå indsigt i de strategiske beslutninger om den samlede kanalportefølje, de enkelte kanalprofiler og disses samspil, søgte jeg at få interview-aftaler i stand med DRs mediedirektør, kanalcheferne samt ledende medarbejdere i programlægningsafdelingen. Dette persongalleri dækker hele kanalspektret med forskellige perspektiver. I takt med at jeg foretog interviewene, blev jeg opmærksom på andre funktioner og konkrete personer, og udvidede derfor løbende feltet af informanter¹⁴. Således havde rekrutteringen til en vis grad karakter af *snowballing* (se eksempelvis Bruun 2014, 38). Med den type af informanter, jeg har valgt, får jeg naturligvis et bestemt perspektiv på udviklingen, strategier og forventninger. Jeg havde ganske givet fået en anden udlægning, havde jeg talt med eksempelvis programproducenter. Jeg har dog valgt at tage udgangspunkt i chef-niveauet, da jeg som følge af min overordnede problemstilling søgte viden på det højere strategiske og programpolitiske niveau.

Kvale og Brinkmann (2009, 167) skriver om interviewet med ledere og eksperter, det de betegner som eliteinterviewet, at et centralt problem er at få adgang til disse personer. Også Bruun (2014, 35) beskriver, hvordan denne type af informanter typisk vil være travle, opfatte interviewet som tidsrøvende og derfor være vanskelige at få adgang til. Den indledende kontakt blev ikke foretaget af mig, men af min vejleder Henrik Søndergaard, som kender den daværende mediedirektør Gitte Rabøl og spurgte, om hun ville være interesseret i at stille op til et interview i forbindelse med mit projekt. Det sagde hun ja til, og da jeg efterfølgende kontaktede kanalchefer og planredaktører, fik jeg udelukkende positive tilkendegivelser. Jeg er af den overbevisning, at Rabøl har fungeret som *gatekeeper*, eller besidder hvad Bruun (ibid., 32) betegner som en interpersonel magtposition, så det at hun har indvilliget i at lade sig interviewe, har været udslagsgivende for min efterfølgende adgang. Samtidig antager jeg,

¹²Interviewet med strategisk medieplaner Sophie Lose 12/4 2016 ændrede hurtigt karakter og tog form af en TV-Meter-masterclass og at jeg fulgte hendes arbejde. Interviewet med dagredaktør og spot planer Malene Skaaning Andersen 1/4 2016 er af forholdsvis kort varighed (24 minutter) i sammenligning med de øvrige interviews. Også dette interview fik karakter af en mere praktisk indføring i redaktørens arbejde, hvor jeg blev vist rundt og introduceret til forskellige medarbejdere. For interviewet med Malene Birkebæk, chef i DR Markedsføring, 1/3 2016 gælder, at lydfilen ikke blev gemt korrekt. Jeg opdagede dette umiddelbart efter interviewet og kunne nedfælde et referat af interviewet ud fra hukommelsen. Dette referat har jeg haft til godkendelse hos Birkebæk, der kom med enkelte korrektioner og tilføjelser.

¹³Bilag 1 indeholder den fulde liste over interviewpersoner.

¹⁴Når jeg valgte at interviewe hele tre indkøbere, står det i kontrast med udbyttet af interviewene med bl.a. kanalcheferne, der i høj grad fokuserede på egenproduktionerne. Men på baggrund af min kvantitative analyse kunne jeg se, hvor stor en andel af DRs programindhold der var købt. Dette indhold er ofte udskældt, og jeg søgte indsigt i de overvejelser, der ligger bag indkøbene.

at det har haft betydning for den velvillighed, jeg er blevet mødt med, at informanterne som ansatte i en public service-institution for de flestes vedkommende er vant til at udtale sig offentligt (jeg skal nedenfor vende tilbage til, hvordan dette også er en udfordring), så det ikke har været en uvant situation for dem at befinde sig i. Måske har deres deltagelse endda været noget, de har oplevet som værende forventet af dem. Det har med stor sandsynlighed også været af betydning, at mit projekt, og dermed også interviewene, er af relativt 'ufarlig' karakter for informanterne. Jeg har ikke søgt at belyse kritiske forhold, konflikter eller magtrelationer. Derimod har DR generelt oplevet succes i den pågældende periode, og de seertalsmæssige udfordringer, der har været, hænger i højere grad sammen med den generelle udvikling af mediebrugen og -landskabet end med DRs virksomhed. Endelig er interviewene blev foretaget over en relativt kort periode på tre måneder, så jeg har så at sige 'smedet mens jernet var varmt' og udnyttet at have fået adgang til organisationen. De to interviews med Grarup og Helsingør falder naturligvis uden for denne tilgang. Men her oplevede jeg ingen hindringer i at få interviewaftalerne på plads.

Kvale og Brinkmann (2009, 51) skriver om forholdet mellem interviewer og informant i det kvalitative forskningsinterview, at der er en grundlæggende asymmetri. Dette skyldes, at intervieweren har videnskabelig kompetence, igangsætter og definerer interviewsituationen, bestemmer emnet, er den der stiller spørgsmål, beslutter hvilke svar, der skal følges op på og afslutter samtalen. Dog gør andre spilleregler sig gældende for eliteinterviewet, grundet informantens magtfulde position og/eller viden (Kvale og Brinkmann 2009, 167; Bruun 2014, 37–39). Jeg oplevede, at min status skiftede fra interview til interview som følge af den enkelte informants opfattelse af min faglige og branchemæssige indsigt i forhold til hans/hendes ditto. Langt de fleste interviewsituationer oplevede jeg som behagelige, hvor informanten var åben over for mine spørgsmål og overbærende med eventuel manglende viden eller kendskab til brancheudtryk. Jeg nedtonede gerne min teoretiske viden for at kunne stille uddybende spørgsmål til informanterne som praktikere. Til gengæld gjorde jeg en dyd ud af at være velinformeret om (især egenproducerede) programmer, trailers, logoer mv. på DRs tv-kanaler i den periode, interviewene fandt sted.

At det kan ses som en udfordring for mit materiale at benytte interviews med erfarne mediefolk som kilde (som jeg pegede på ovenfor), hænger netop sammen med relationen mellem mig som interviewer og informanterne. Mine forudgående erfaringer med kvalitative forskningsinterviews var yderst begrænsede, så informanter, der er vandt til at udtale sig til pressen og argumentere for deres synspunkter, har en anderledes rutine og derfor (potentielt) mulighed for at sætte dagsordenen i interviewsituationen. Skønt jeg ikke altid opnåede at få så præcist et svar, jeg søgte, anser jeg ikke dette asymmetriske forhold for en fejkilde, fordi de semistrukturerede interviews (også) fungerede som generel kortlægning og vidensindsamling.

Frandsen (2007, 48–49) og Bruun (2014, 36) beskriver, hvordan det at få adgang til informanter kan have karakter af enten en handel, hvor informanten forventer at få noget igen for sin deltagelse, eller som gavegivning. Sidstnævnte gør relationen mellem interviewer og informant mere uklar, fordi moralske og symbolske dimensioner kommer i spil (Bruun 2014, 36). Som Frandsen (2007, 49) påpeger, forventes man som modtager hverken at kritisere gaven eller giveren: "Adgang som gave rummer dermed en labilitet, som især bliver modtagerens problem og kan medvirke til at begrænse forskerens kritiske og professionelle rolle" (ibid.). Naturligvis har min rolle som interviewer taget form af, at jeg på den ene side ønskede at stille spørgsmål ved beslutninger om strukturer og strategier, men samtidig ønskede mulighed for dels at kunne komme i tale med flere medarbejdere, dels at kunne vende tilbage med eventuelle opfølgende spørgsmål. Igen er det dog vigtigt at slå fast, at min hensigt med interviewene ikke var at stille skarpt på problemer, men at opnå indsigt i beslutninger bag tv-kanalporteføljens udformning. Som sådan har jeg ikke oplevet at måtte gå på kompromis med mine intentioner

af frygt for at kritisere 'gavegiveren', men jeg har naturligvis været opmærksom på ikke at agere mikrofonholder, hverken i dataindsamlingen eller det efterfølgende analysearbejde.

Jeg har valgt kun at foretage et enkelt interview med hver medarbejder, og har kun i få tilfælde stillet opfølgende spørgsmål per email. Min beslutning om ikke at gentage interviewene skal ses i lyset af, at mit arbejde med perioden 2005–2015 på sin vis har historisk karakter i den hastigt udviklende tv-branche. Med de interviews, jeg foretog i vinteren og foråret 2016, var det min hensigt at skabe klarhed over beslutninger og intentioner for hele den foregående tiårige periode. Det stod dog hurtigt klart, at jeg primært kunne få mine informanter til at belyse de seneste år. I nogle tilfælde skyldtes dette, at det for informanten var uklart hvilke strategier, beslutninger og bagvedliggende intentioner, der lå længere tilbage. I flere tilfælde var der tale om, at den pågældende medarbejder kun havde varetaget sin stilling i ganske kort tid og ikke havde befundet sig i den pågældende stilling eller organisationen i det hele taget i mere end et par år. Det mest ekstreme tilfælde var kanalchef for DR2 Christoffer Guldbrandsen, der havde været ansat i to måneder, da interviewet fandt sted. Dette var årsagen til, at jeg besluttede at opsøge Grarup, da han står som en nøglefigur for udviklingen af DRs kanalportefølje i 2009. Naturligvis har den begrænsede tid, jeg har haft til rådighed for projektet, også spillet ind, men hovedårsagen til ikke at foretage opfølgende interviews har været, hvad man kan betegne som den begrænsede hukommelse i branchen. I perioden fra foråret 2016 til sommeren 2018 har der da også været udskiftning af flere af de medarbejdere, jeg interviewede.

Afslutningsvis vil jeg adressere det, at jeg ikke har tilbudt mine informanter anonymitet i forbindelse med citater. Bruun (2014, 33) skriver om eliteinterviewet, at det er interviews med eksklusive informanter - eksklusive fordi de ikke kan erstattes af andre. Når jeg har henvendt mig til mine informanter, har det været i deres egenskab af netop kanalchef, mediedirektør, indkøber af fiktionsserier mv.. Anonymitet har ikke været på tale, eftersom jeg har haft som intention at belyse givne procedurer, vurderinger og beslutninger ud fra den enkelte informants ekspertviden. Den aftale, jeg har indgået med informanterne, er, at de har fået eventuelle direkte citater til godkendelse, mens de fuldt transskriberede interviews ikke gøres offentligt tilgængelige.

2.5 Den kvalitative analyse af DRs programflade

Afhandlingens mest omfattende analyse er den kvalitative analyse af DRs programflade i kapitel 6. I analysen studeres programfladens struktur henover en uge i 2005, 2010 og 2015. Empirien er hentet fra flere kilder: dokumenter, interviews og audiovisuelt indhold. Formålet med analysen er at undersøge, hvorvidt DRs kanalportefølje er struktureret, så den fremstår som et samlet udbud, eller om der i højere grad er tale om et antal separate kanaler med hver deres profil og struktur. Søndergaard beskriver programlægning som:

”(...)udtryk for den *taktik*, hvormed det programmateriale, som nu engang foreligger, forsøges tilrettelagt på den mest hensigtsmæssige måde i forhold til programpolitikken, til konkurrenterne og til seerne. (...)Det er her, den helt konkrete afvejning mellem de forskellige hensyn og målsætninger finder sted” (Søndergaard 1994, 193, forfatterens fremhævnings).

Ifølge Søndergaard bliver problemer og modsætninger kondenseret i programlægningen, ligesom programlægningen kan søge at afbøde forskellige problemer såsom lave seertal, at nå bestemte målgrupper eller at sikre den rette grad af alsidighed (ibid.). Ligesom Søndergaards undersøgelse, bygger min kvalitative analyse af programfladen på DRs tv-kanaler på fundene i

mit kvantitative studie af programtypernes fordeling. Jeg belyser prime time-programfladens struktur på porteføljens kanaler og foretager en analyse af dels kanalernes samspil, dels programmellemrummene, også kaldet *continuities*, hvor jeg studerer programhenvisningerne på DRs tv-kanaler og viser, hvorledes DR søger at føre sine seere rundt i kanalporteføljen.

Til analysen af prime time-programfladens struktur er som udgangspunkt anvendt de trykte programplaner. Analysen af programmellemrummene er baseret på arkiverede optagelser af indholdet. Disse optagelser er primært tilgået via dvd'er udleveret af Statens Mediesamling, suppleret med databasen Mediestream, en tjeneste udbudt af Det Kgl. Bibliotek¹⁵. Når jeg har benyttet begge kilder, skyldes det, at dvd'erne ikke rummede samtlige programmellemrum, fordi det som udgangspunkt er selve programmerne, der arkiveres. Et programmellemrum er typisk med som *buffer* for at sikre start og afslutning på en udsendelse trods forskydninger i den reelle sendetid. Da jeg bestilte materialet fra Statens Mediesamling udbad jeg mig dog specifikt programmellemrummene, og det er da også lykkedes, ved at supplere dvd'erne med Mediestream, at rekonstruere alle data.

Til analysen af programhenvisninger har jeg kun anvendt dvd'erne med optagelser af programfladen til at undersøge programmellemrummene i de forskellige kanalers super prime time, altså et begrænset udsnit af aftenfladen. Jeg anskaffede dog optagelser af den fulde sendeflade hver af de tre pågældende uger, og har benyttet disse optagelser til at orientere mig bredere i fladen og danne mig indtryk af programindhold og kanalernes profiler og udtryk. Eftersom det audiovisuelle materiale er så omfattende, har det ikke været muligt at sammenholde mine fund med forholdene i andre uger, hvorfor der må tages det forbehold, at konklusionerne er baseret på dette begrænsede materiale, og skal læses derefter. Ud over omfanget har den største udfordring ved at arbejde med det audiovisuelle indhold på dvd'erne og i Mediestream været at sikre det korrekte resultat, i de tilfælde hvor der herskede uoverensstemmelse mellem trykte programplaner og den faktiske programflade, eller hvor der var et hul i optagelserne. Dette har været tidskrævende, men har været muligt at løse, fordi jeg havde både dvd'er og database som kilder.

2.6 Den tekstuelle analyse af DR TVs interface

Den kvalitative analyse af DR TVs interface er ligeledes baseret på audiovisuelt indhold. Med analysen ønsker jeg at belyse, hvorledes programmerne kurteres og prioriteres på DR TV, og at undersøge sammenhængen mellem DRs lineære kanaler og online-tv. Det er yderst sparsomt, hvad der foreligger af akademiske analyser af catch up- og streaming-tjenester. Min metodiske tilgang er baseret på Johnson (2017), der foretager en tekstuel analyse af den engelske tjeneste ITV Hubs interface-design. Ligesom Johnson har jeg i kapitel 7 valgt at gengive opbygningen af DR TV i 2010 og 2015 med en simpel grafik. De faktiske screen shots har jeg af ophavsretslege grunde ikke tilladelse til at offentliggøre.

Som Johnson (2017, 125) gør opmærksom på, tager streaming- og catch up-tjenester sig forskelligt ud, afhængigt af, fra hvilket medium de tilgås; computer (bærbar/stationær), smart-tv, smartphone eller tablet. Til denne afhandlings analyser er DR TV tilgået fra computer via siden www.dr.dk/tv. Årsagen til dette er, at det i 2010 kun var muligt at benytte DR TV, eller DR NU som selve afspilningstjenesten hed dengang, via en browser. Først i 2014 kunne DR TV tilgås via apps. For 2010 gælder, at siden er blevet tilgået gennem Netarkivet. Tjenesten har arkiveret www.dr.dk/tv en enkelt dag i uge 46 dette år, nemlig tirsdag d. 16/11. Det har været muligt at foretage sammenligninger med enkelte undersider de andre dage i uge 46 og med forsiden i de omkringliggende uger i 2010, og på baggrund heraf finder jeg det

¹⁵På Mediestream kan man søge ud fra fritext, eksempelvis 'DR1' eller 'TV-Avisen', og på datoer.

ikke problematisk, at kun en enkelt dag skal repræsentere en hel uge. Naturligvis sætter det nogle begrænsninger for, hvad det er meningsgivende at inddrage i analysen. Men selv denne ene dag giver tilstrækkeligt med data til at kunne belyse prioriteringen af tjenestens indhold og relationen mellem online-tjenesten og de lineære kanaler.

I 2015 har jeg selv taget daglige screen shots af hoved- og undersiderne på denne adresse. Jeg valgte at benytte screen shot-funktionen i referenceværktøjet Zotero. Værktøjet formår at affotografere hele siden og ikke kun det indhold, der vises på skærmen. Jeg har dog efterfølgende erfaret, at der nogle dage er grå felter på siden, hvor der skulle have været billeder. Dette skyldes, at siden ikke er blevet fuldt indlæst førend jeg foretog affotograferingen. Dette må jeg tilskrive fejl fra min side, idet jeg ikke har været opmærksom på at få hele siden indlæst. Programinformation (titel og evt. nummer i serien) fremgår dog stadig. Zotero var det arkiveringsværktøj, jeg dels kunne nå at skaffe mig adgang til, dels kunne nå at sætte mig ind i brugen af, da jeg fandt ud af, at Statens Mediesamling ikke arkiverede www.dr.dk/tv korrekt.

Det var så sent som i sommeren 2015, at DR oprettede en stilling som digital planredaktør. Omtrent et år senere blev der ansat endnu en digital redaktør, der skulle tage sig af det digitale indhold til børn (Interviews med Regitze L.S. Heiberg og Christian Boye-Roed, henholdsvis 10/2 og 21/3 2016). Det var altså forholdsvis sent i DR TVs levetid, DR valgte at have medarbejdere dedikeret tjenesten. Dette betyder, at det for 2015 var muligt at foretage et interview for at belyse DRs hensigt med DR TVs opbygning og ambitioner med tjenesten, mens tilsvarende viden for 2010 ikke lod sig gøre at indsamle. Af disse grunde vil tjenestens udseende og muligheder i 2015 være omdrejningspunktet i kapitel 7, mens den tilsvarende analyse af DR TV i 2010 vil være af mindre omfang. Dette afspejler den udvikling, at streaming-tjenester spiller en stadigt større rolle – både hos DR og generelt i medielandskabet.

Alt i alt har jeg altså oplevet nogle begrænsninger i forhold til adgang til og arkivering af data i min analyse af DR TV. Dette kunne jeg have kompenseret for ved at inddrage flere ugers data for at få et mere solidt analysemateriale. Dette har jeg ikke gjort af to grunde. For det første har jeg ønsket at kunne sammenholde tv-indholdet de specifikke uger på de to platforme, og med den meget omfattende datamængde i programfladeanalysen var det ikke overkommeligt, inden for projektets rammer, at udvide den analyserede periode. For det andet har det, som beskrevet i afsnit 2.1, ikke umiddelbart været muligt at inkludere de omkringliggende uger uden at indholdet blev præget af decembers særlige programflade, mens de foregående ugers data ikke eksisterede. Den kvalitative analyse af DR TV skal læses som et perspektiv på DRs public service-tv-virksomhed, som i en stor del af den belyste periode har bestået helt eller primært i de traditionelle, lineære kanaler.

2.7 Opsamling

I dette kapitel har jeg beskrevet de metoder og kilder, jeg har anvendt i arbejdet med projektet. I forhold til de undersøgelser af tv-programudbud, jeg skeler til metodisk og teoretisk (Søndergaard 1994; Syvertsen 1992; Ihlebæk, Syvertsen, og Ytreberg 2011), er mit projekt meget omfattende og kompliceres af den store mængde data, jeg arbejder med, af mangekanalporteføljens trinvis tilblivelsesproces samt af tilkomsten af streaming-tjenesten, hvis programkatalog er omfattende og vanskeligt at overskue og gengive meningsfuldt.

Kapitlets centrale pointe har været, at både arbejdsprocessen og projektets resultater har nydt godt af den metode- og datatriangulering, jeg har benyttet. Ved at kombinere en kvantitativ programudbudsanalyse med dokumentanalyse, interviews og kvalitative studier af

programflader og interface giver projektet både et overblik over de store udviklingstendenser i perioden 2005–2015, og en detaljeret indsigt i hvorledes DRs tv-virksomhed struktureres på kanal- og porteføljeniveau. Som det er fremgået, har jeg i flere af projektets undersøgelser været udfordret af manglende eller vanskeligt tilgængelige data, og for den kvantitative analyses vedkommende også enkelte fejlbehæftede resultater. Ved at kombinere flere metoder og tilgå data fra flere forskellige kilder, er jeg dog endt med en robust empiri som fundament for afhandlingens analyser.

KAPITEL 3

Public service i et makro-teoretisk perspektiv

Til trods for at public service broadcasting har eksisteret i snart et århundrede, findes der interessant nok ikke en samlet teoretisk betragtning om fænomenet. En stor del af især den nyere faglitteratur diskuterer public service i et praksisorienteret lys og forholder sig til eksempelvis, hvilke platforme de offentlige medieinstitutioner må være til stede på, forholdet mellem de nationale aktører og EU-lovgivningen og forskellige aspekter af public service-mediernes programvirksomhed. Hvor jeg i de følgende kapitler vil trække på disse mere snævert fokuserede analyser, hvor det er relevant i forhold til mine egne undersøgelser, vil jeg i dette kapitel beskæftige mig med public service i et makro-teoretisk perspektiv. Den teoretiske behandling vil bestå i at stykke forskellige teoretiske positioner sammen, der tilsammen danner et informativt grundlag for mine empiriske analyser. Programudbuddets sammensætning, programfladens udformning og kanalporteføljens profil er alt sammen manifestationer af den public service-opgave, DR er sat i verden for at varetage. Min analyse og diskussion af disse aspekter vil derfor orientere sig efter de centrale teoretiske dimensioner, jeg afklarer i dette kapitel.

Skønt der hersker udbredt enighed om, at det er vanskeligt at definere eksakt, hvad public service-begrebet dækker over, vil jeg indledningsvis søge at foretage en begrebsdefinition. Mere præcist vil der være tale om en begrebsindsnævring eller -afklaring. En vigtig pointe er, at public service grundlæggende er en politisk beslutning, og er funderet på et sæt af regulatoriske principper. Regulering har siden grundlæggelsen af BBC været definerende for public service-institutionerne, for gennem reguleringen er særlige ansvarsområder udkrystalliseret og specifikke institutioner er etableret og udviklet. Regulering kan således ses som et grundlæggende træk ved public service, hvad end begrebet knyttes til programindhold eller til de institutioner, der formidler dette. Derfor vil jeg, efter at have foretaget den overordnede begrebsafklaring, belyse reguleringsprincipperne bag public service-mediernes.

Inden for den del af litteraturen, der søger at give et mere overordnet blik på public service broadcasting som fænomen, er disse specifikke institutioners samfundsmæssige funktion et centralt tema. Ofte trækkes på offentlighedsteori, som denne er blevet udtrykt af Jürgen Habermas, i diskussioner om public service-institutionerne som facilitatorer af en fælles, offentlig debat og disse mediers publikum som samfundsborgere frem for forbrugere. Jeg vil i dette kapitel kort gøre rede for de centrale dele af Habermas' offentlighedsteori og for diskussionen om mediernes betydning for det borgerlige samfunds påståede strukturforandringer. Jeg vil

pege på, hvorledes dette teoretiske felt er relevante i en analyse af public service broadcasting som institution, ideal og virksomhed.

Hvor Habermas' offentlighedsteori beskæftiger sig med samfundets strukturer, herunder mediernes betydning, i et overordnet perspektiv, kobler *medium theory*'en forskellige konkrete medietypers iboende egenskaber, deres *affordances*, med samfundsudviklingen gennem historien. Jeg vil inddrage centrale bidrag til forskningslitteraturen, der enten eksplicit indskriver sig i medium theory-traditionen eller er mærkbart influeret af denne¹⁶. En belysningen af sammenhængen mellem broadcast-mediernes tekniske karakteristika, deres tilblivelseshistorik, udbredelse og kommunikative praksisser bidrager til den grundlæggende forståelse af den status, disse specifikke medier har fået i samfundet. Derudover giver denne teoretiske tilgang et andet perspektiv på den reguleringspraksis, der omgærer netop public service-institutionerne.

Både offentlighedsteorien og medium theory blev til i en tid, hvor medielandskabet så ganske anderledes ud end i dag. Men i deres egenskab af teorier, der beskæftiger sig med mere fundamentale samfundsforhold, kan de stadig i dag applikeres på de elektroniske medier. I forhold til de seneste års digitale udvikling kan de to teoretiske felter ligeledes anvendes til at udpege nogle fundamentale spørgsmål om public service-mediernes fortsatte samfundsmæssige relevans. Denne diskussion vil jeg berøre i et teoretisk perspektiv i dette kapitel, for at vende tilbage til den i lyset af mine empiriske analyser i kapitel 8.

3.1 En begrebsdefinition

På baggrund af 40 års studier af public service i en svensk kontekst slutter Asp, at: "Det råder ingen konsensus om vad public service står för. Det gäller både om man ser till den vetenskapliga litteraturen om vad public service faktisk är eller om ser [sic.] till debatten om vad det bör vara" (Asp 2017, 14). Dette udsagn møder man ofte, i forskellige afskygninger, i public service-faglitteraturen. I en hyppigt citeret artikel beskriver Syvertsen (1999, 5), hvordan hun har fundet over tredive forskellige definitioner af public service-begrebet. Søndergaard (1995) peger på, hvordan public service-begrebet ikke er opstået som en fast definition, og at public service-medierne ikke er blevet til efter en på forhånd udtænkt plan. I stedet er der tale om, at de ideer og idealer, der ligger til grund for de offentlige mediers virksomhed, har udviklet sig over tid, og er påvirket af den teknologiske udvikling, økonomiske forhold, politiske strømninger og konkurrencen med markedets øvrige aktører (se også Scannell 1990, 12). Derfor ses også forskelle på de forskellige landes public service-institutioner og -systemer. Selvom public service-begrebet ikke har en fast definition, er der inden for den akademiske litteratur generel enighed om en række kriterier, der udgør den idealtypiske public service-virksomhed. Disse vil jeg indkredse med ambitionen om at foretage en begrebsafklaring.

Public service er grundlæggende en politisk beslutning om, at man ønsker, at en bestemt type indhold skal være til stede i det samlede medieudbud, og at dette indhold skal være uafhængigt af stat og marked. Derfor er det også muligt at finde en overordnet ramme for, hvad public service er, i lovgivningen. I den danske lov om radio og fjernsynsvirksomhed defineres public service-virksomhed i forhold til, hvilke platforme indholdet skal formidles på ("fjernsyn, radio og internet el. lign."), hvilke programtyper udbuddet skal indbefatte ("nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning") samt hvilke parametre programvirksom-

¹⁶ Anvendelsen af medium theory inden for public service-forskningen er ikke udbredt. Jeg er dog ikke ene om at foretage en kobling mellem offentlighedsteori og medium theory: Thompson (1994) forener offentlighedsteori, medium theory og hermeneutik i sin fremstilling af en sociologisk medieteor, mens Keane (1995) inddrager Harold A. Innis i sin analyse af offentlighedens transformationer.

heden i øvrigt skal leve op til ("Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, LBK nr. 255 af 20/03/2014", §10). Disse parametre indbefatter, at der skal tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed, og lægges vægt på informations- og ytringsfrihed, saglighed og upartiskhed og dansk sprog og kultur (ibid.). Skønt public service-opgaven således er politisk fastlagt, indføres typisk en række greb for at sikre en armslængde til statsmagten. Dette kan være i form af at public service-virksomheden finansieres gennem licens eller medieskat, at public service-aktørerne har status af selvstændige institutioner samt uafhængige kontrolinstanser (Søndergaard 1994, 78; Syvertsen 2003, 158).

3.1.1 Grundlæggende kriterier for public service som institution og indhold

Søndergaard (1994), Edin (2000) og Asp (2017) beskriver alle, hvordan det er gavnligt at skelne mellem public service som på den ene side værende specifikke institutioner med et politisk vedtaget opdrag, og på den anden side disse institutioners virksomhed, altså de programmæssige forpligtelser, de fører ud i livet. Hvor der historisk har været tale om, at konkrete institutioner med monopol varetog public service-opgaven, peger Asp (2017, 23) på, at det at skelne mellem public service som institutioner og som indhold åbner op for, at også private/kommercielle aktører kan producere public service-indhold (et princip der i Danmark er institutionaliseret gennem Public Service Puljen). En læsning af den faglitteratur, der beskæftiger sig med public service i et teoretisk eller normativt perspektiv (eksempelvis Søndergaard 1995, 15; van Cuilenburg og McQuail 2003; Collins 2004, 37; McQuail 2011, 178), viser, at der typisk hersker enighed om syv-otte kriterier, der danner rammen for public service-institutionernes udformning og virke. De otte punkter, jeg på baggrund heraf kan indkredse, er:

1. Universel dækning
2. Et alsidigt udbud
3. Betjening af minoriteter
4. Understøttelse og fremme af den nationale kultur og identitet samt det nationale sprog
5. Demokrati-/samfundsunderstøttende
6. Upartiskhed og balance i informationsformidlingen
7. Indholdet skal være af en vis kvalitet
8. Uafhængighed af politiske og økonomiske interesser.

Asp (2017, 24–27) laver en inddeling af lignende kriterier ud fra distinktionen mellem public service som institution og indhold. I figur 3.1 foretager jeg en tilsvarende inddeling, men tilføjer en ekstra dimension og underinddeler de indholdsrelaterede kriterier i to områder; samfundsrelaterede og kulturelle. Af de otte kriterier er der to, der vedrører selve institutionen. Dette er dels forpligtelsen om at sikre en universel dækning, dels det ideal at institutionen skal operere uafhængigt af politiske og økonomiske interesser. Hele fem kriterier knytter sig til indholdet i et samfundsmæssigt perspektiv: Det at sikre et alsidigt indholdsudbud, betjening af minoriteter, at fungere demokrati-/samfundsunderstøttende, være upartisk og afbalance-ret i informationsformidlingen og sikre indhold af en vis kvalitet. Den sidste kategori, hvori jeg blot placerer et enkelt kriterium, er altså det, der vedrører public service-indhold i et

kulturelt perspektiv. Public service-institutioner forpligtes typisk på at tilbyde indhold, der understøtter og fremmer den nationale kultur og identitet samt det nationale sprog.

Kriterier der vedrører public service som institution: <ul style="list-style-type: none"> - Universel dækning - Uafhængighed af politiske og økonomiske interesser 	
Kriterier der vedrører public service som indhold:	
<i>Samfundsrelaterede kriterier</i> <ul style="list-style-type: none"> - Et alsidigt indholdsudbud - Betjening af minoriteter - Demokrati-/samfundsunderstøttende - Upartisk og afbalanceret informationsformidling - Indhold af en vis kvalitet 	<i>Kulturelle kriterier</i> <ul style="list-style-type: none"> - At understøtte og fremme den nationale kultur og identitet samt det nationale sprog

Figur 3.1: Grundlæggende kriterier for public service som institution og indhold.

At opstille kriterierne i en sådan model giver indtryk af en meget kategorisk og skarp opdeling. Således er modellen ikke tænkt; den skal illustrere nogle overordnede træk ved den generelle public service-forståelse. Der er i sagens natur tale om sammenhænge, kriterierne imellem. Eksempelvis går idealet om en institution uafhængig af politiske og økonomiske interesser hånd i hånd med de indholdsmæssige forpligtelser på at være demokratiunderstøttende og sikre en upartisk og afbalanceret informationsformidling. Når jeg vælger at opdele de indholdsmæssige forpligtelser, er det for at fremhæve den særlige samfundsmæssige betydning, public service-institutionerne historisk er blevet tillagt. Denne betydning vil jeg udfolde i de nedenstående afsnit om regulering af public service-medierne og om mediernes kobling med teori om den borgerlige offentlighed.

3.1.2 Begrebets udvikling over tid

Hvor vi i Danmark benytter betegnelsen public service når vi taler om en særlig type af medieinstitutioner og -indhold, har man i eksempelvis Norge og Tyskland valgt at oversætte begrebet (til henholdsvis allmenkringkasting og öffentlich-rechtlicher Rundfunk). At man på dansk har valgt at holde fast i det engelsksprogede begreb gør ikke en definition mere entydig. Søndergaard (1995, 25–26) beskriver, hvordan flere betydninger kan udledes af begrebet, der også på originalsproget rummer en tvetydighed: ”På engelsk betyder ”public” nemlig både ”offentlig” og ”offentlighed” (altså almenhed), og dette giver efterfølgende anledning til to forskellige opfattelser af, hvad der ligger i begrebet ”service”” (ibid., 26). Ifølge Søndergaard kan public service dels betyde offentlig service, altså en tjenesteydelse udført af en offentlig instans, dels kan det betyde betjening af offentligheden (ibid.). I den sidstnævnte betydning betones modtageren. Traditionel er denne modtager, ifølge Søndergaard, blevet anset for at være en offentlighed eller almenhed bestående af samfundsborgere. Men i takt med at medielandskabet har udviklet sig, er en ny betydning bragt i spil, der knytter sig til det kommercielle syn på modtagerne som publikum eller forbrugere (ibid.). Samme tendens beskriver Syvertsen (1999) i den systematisering, hun har foretaget af public service-begrebets brug gennem tiden. Ifølge Syvertsen er begrebet blevet tillagt forskellige betydninger i takt med den samfundsmæssige og teknologiske udvikling: Hvor public service broadcasting oprindeligt

blev forstået meget lavpraktisk som en almenyttig ydelse på linje med post- og jernbanevæsnet og uden den store værdiladning, opstod senere en forståelse af begrebet, der knyttede sig til ideen om en offentlig sfære og betjening af samfundsborgeren, som også Søndergaard (1995) beskriver. Ifølge Syvertsen har kommerialiseringen af mediemarkedet i begyndelsen af 90'erne bevirket, at public er kommet til at betyde publikum, og ikke offentlighed, således at public service er blevet et spørgsmål om at imødekomme den enkelte (for)brugers præferencer (ibid., 7). Denne tolkning åbner ifølge Syvertsen for, at alt og alle kan påberåbe sig public service-kvaliteter, hvilket igen udfordrer de traditionelle public service-mediers legitimitet som sande massemedier, der skal nå hele befolkningen (ibid., 10).

Mouritsen (2007) har kortlagt public service-begrebets anvendelse i den danske medie-debat fra begyndelsen af 1990'erne, og indkredser fem hovedforståelser, der ekspliciteres af politikere, meningsdannere og public service-institutionerne selv. De fem opfattelser, Mouritsen identificerer, spænder fra et offentlighedsteoretisk syn på public service som noget, der skal understøtte demokratiet, over forskellige opfattelser af formålet med de kulturelle forpligtelser (skal kulturen være opdragende eller styrke den nationale identitet?) til diskussionen om, hvor bredt public service-indholdet bør være for at imødekomme brugernes ønsker. Det interessante ved Mouritsens studie er, at han ikke blot dokumenterer, at der er sket en udvikling af begrebsforståelsen over tid, og at der er flere betydninger i spil sideløbende i debatten. Hans analyse viser også, at når et område styrkes i mediepolitisk sammenhæng, skal det ses i lyset af en grundlæggende opfattelse af public service-mediernes samfundsopgave.

I forlængelse af Mouritsens fund har jeg tidligere vist, at den aktuelle public service-forståelse skal ses i tæt sammenhæng med det samtidige (medie)politiske klima og de konkrete public service-aktører (Lassen 2011; 2013). Som eksempel kan nævnes, at Mouritsen fandt, at DRs daværende generaldirektør Christian Nissen i slutningen af 90'erne argumenterede for nødvendigheden af programmer, der har deres udgangspunkt i danske værdier, dansk sprog og dansk kultur (Mouritsen 2007, 34). I den debat, der omgav DRs public service-kontrakt for 2011–2014, var det regeringen anført af kulturminister Per Stig Møller, der betonedede nødvendigheden af det synligt danske ståsted, mens DR, med generaldirektør Maria Rørbye Rønn i spidsen, understregede DRs betydning for demokratiet. I de seneste år har DR igen gjort sig til talsmand for nødvendigheden af dansk indhold, denne gang sat i forhold til de udenlandske selskaber Google, Facebook, YouTube og Netflix (DR 2015b; 2017a). Denne omskiftelighed i debatten om, hvad public service er og bør være, vidner om, at begrebet netop ikke har en fasttømret definition. De otte ovenstående kriterier, jeg har fremhævet som noget, der hersker konsensus om på tværs af tid og sted, kan udvikles og forandres, netop fordi 'public service' grundlæggende er et mediepolitisk greb, der på baggrund af et værdisæt har til formål at intervenere i markedet.

3.2 Regulering

I en teoretisk behandling af public service, såvel som i en praksisorienteret diskussion af disse særlige institutioners rolle og udvikling, er det værd at erindre, at det er en politisk beslutning, at vi har public service-medier, ligesom der fra politisk side er udstukket nogle rammer for, hvori public service-opgaven består. I en lang række europæiske lande var man for snart hundrede år siden af den opfattelse, at radioen – og senere tv'et – havde nogle iboende kvaliteter, der gjorde, at disse medier havde et særligt socialt ansvar og potentiale, og derfor skulle underlægges politisk regulering. Radioens anvendelse i det nazistiske Tysklands propaganda fremhæves ofte som eksempel på broadcast-mediernes særlige magt og den deraf følgende nødvendighed af kontrol og regulering (se eksempelvis Williams

2003, 17). Det er en udbredt opfattelse (skønt nogle har argumenteret imod (se Donders 2012, 10)), at den frekvensmæssige knaphed (*spectrum scarcity*), der på daværende tidspunkt var et vilkår for broadcast-medierne, har været hovedårsagen til den måde, hvorpå public service-institutionerne blev organiseret som offentlige monopoler underlagt stram regulering (Blumler 1991, 17; Moe 2009, 39; Scannell 1990, 11). Kun få frekvenser var til rådighed for den enkelte nation, og Syvertsen (2003, 156–157) peger på, hvorledes den privilegerede adgang til denne begrænsede ressource afstedkom visse forpligtelser, hvorved der med reguleringen af public service-medierne kan siges at være tale om en 'noget-for-noget struktur'.

At public service-institutionerne i de første årtier var monopoler, kan, ifølge Scannell (1990, 11–15), tilskrives praktiske omstændigheder og foranstaltninger: Dels opstod radio-mediet i et mediesystem, der allerede var præget af monopoler inden for post- og telegrafværket, dels lettede det administrationen kun at drive en enkelt virksomhed. Samtidig beskriver Scannell dog, hvorledes også et ideologisk syn på betydningen af det nye elektroniske medie fik indflydelse på de reguleringsmæssige rammer, der kom til at omgive det: I Storbritannien har en række kommitteer gennem tiden rådgivet om broadcast-mediernes udvikling, og den første, Sykes Committee, slog fast, at: "(...)the control of such a potential power over public opinion and the life of the nation ought to remain with the state" (Sykes 1923, 15, citeret efter Scannell 1990, 12–13).

Ifølge Moe (2009, 39) er radio og tv mere regulerede end andre medier, og han peger på, at mens hvem som helst kan stifte en avis eller udgive bøger, skal man have særlig tilladelse af staten til at etablere en radio- eller tv-station. Det var og er altså en udbredt opfattelse, at broadcast-medierne har en større samfundsmæssig betydning end andre medier, hvilket giver anledning til en udstrakt grad af regulering. Regulering er, ifølge Lunt og Livingstone (2012, 18), et spørgsmål om styring af økonomi og af sociale og kulturelle forhold. For public service-medierne kan dette ses ved, at finansieringen af de specifikke institutioner er politisk bestemt (både i form af hvilken finansieringsform der er tale om (licens, skat, reklamefinansiering eller en kombination af disse) samt størrelsen på indtægten, altså hvad den årlige licens eller skatteprocent er) og at formål og forpligtelser er fastlagt i lovgivning og kontrakter. Når reguleringen af public service-medier ikke blot er et spørgsmål om markedsintervention i et økonomisk perspektiv, men også indbefatter indholdsmæssige forpligtelser, er det fordi man fra politisk side ønsker at sikre, at de offentlige medier understøtter det samfund, de er en del af. Det er en grundlæggende antagelse, at markeds kræfterne ikke kan sikre det alsidige udbud, det demokratiske samfund ønsker, hvorfor det er nødvendigt med indholdsmæssig regulering. Sådan har det været siden BBC som den første public service broadcaster blev grundlagt i begyndelsen af 1920'erne. Jeg vil udfolde de økonomiske og sociale begrundelser for regulering nedenfor.

3.2.1 Regulering og markedsfejl

Reguleringen af public service-medierne hænger historisk sammen med en række såkaldte markedsfejl knyttet til broadcast-medierne. Markedet er baseret på udbud og efterspørgsel, men en række forhold inden for broadcast-mediernes produktions-, distributions- og receptionsomstændigheder sætter de fundamentale markeds kræfter ud af spil. For det første taler man om, at broadcast-medierne er *offentlige goder*, fordi de ikke taber værdi uanset hvor mange der bruger dem, altså ser og lytter til programmer. I økonomiske termer siger man, at marginalomkostningerne er lig nul. En modsætning hertil er eksempelvis det at købe en avis: Når jeg har købt mit eksemplar, er det ikke muligt for andre at erhverve sig det, hvilket påvirker prisen. Et andet karakteristika ved offentlige goder er, at disse er *ikke-ekskluderbare*: Så længe man har et modtageapparat, kan man lytte og se med uden at betale herfor. Den tekno-

logiske udvikling har medført muligheden for betalingsmure, men da public service-medierne opstod som broadcast-medier, og det reguleringsmæssige og ideologiske fundament blev lagt, var det ikke umiddelbart muligt at prissætte den vare, programindholdet var (se eksempelvis Scannell 1990, 11; Graham 1999; Moe 2009, 41–43; Doyle 2011, 64). Som reguleringsprincip hænger dette karakteristika ved, således at man hidtil, selvom det altså teknologisk er muligt, ikke opkræver direkte betaling for det enkelte program. Endelig peger Doyle (2011, 65) også på *asymmetrisk information* som en markedsfejl: Som (for)bruger er man ikke klar over, hvad et program er værd, før man har set det. Der består derfor en udfordring i at få seerne til at betale forud for noget, de ikke ved hvad indeholder, og hvis effekt måske først viser sig på længere sigt – i hvert fald i forhold til programmer af den mere samfundsgavnligt type: nyheder, debatprogrammer, undervisning mv..

En anden økonomisk funderet årsag til regulering er at sikre pluralitet på markedet. Inden for broadcast-medierne er startomkostningerne meget omfattende, i særdeleshed for indhold af høj kvalitet. I forlængelse heraf argumenterer Graham (1999, 24) for vigtigheden af nationale, offentligt finansierede medieinstitutioner. Ifølge Graham vil et fravær af disse institutioner betyde, at ejerskabet koncentrerer hos få globale aktører med den konsekvens, at indholdet vil blive mere ensformigt og i mindre omfang afspejle en national kontekst. Derudover beskriver Graham den markedsfejl, at private (profitorienterede) aktører ikke vil foretage de nødvendige investeringer i teknologi og talentudvikling, hvilket på sigt vil forringe kvaliteten af hele branchen. Han konkluderer, at regler og love ikke vil kunne bevirke, at markedet sikrer et bredt udbud af høj kvalitet. Det er ifølge Graham nødvendigt med public service-institutioner, der har et etos, et formål med deres eksistens, der ligger ud over økonomisk vinding, når man som samfund ønsker visse indholds- og distributionsmæssige forpligtelser varetaget (ibid., 44).

3.2.2 Regulering og meritgoder

I Storbritannien var det Peacock-komiteen, der i 1986 indvarslede den mere markedsprægede tilgang til public service-institutionerne. Ifølge komiteens anbefalinger var det ønskværdigt at give forbrugerne mere selvbestemmelse og valgfrihed, og stat og særligt udvalgte institutioner skulle ifølge komiteen ikke længere afgøre, hvilket indhold den enkelte skulle have adgang til (Peacock 1986, 28). Samtidig anerkendte komiteen dog, at visse programtyper med stor sandsynlighed ikke ville overleve på markedsvilkår, hvor folk selv kan vælge indhold, og derfor typisk vil prioritere den kortsigtede fornøjelse. Derfor skulle disse programmer, der kunne betragtes som såkaldte *meritgoder*, sikres en plads i det fremtidige, frie medielandskab (ibid., 128). Doyle (2011, 66) definerer et meritgode som: "(...)one where the Government takes the view that more of it should be produced than people would choose to consume, if left to their own devices". Hun beskriver, hvordan flere motiver kan være i spil, når noget defineres som et meritgode. Der kan både være tale om, at en regering mener, at befolkningen ikke træffer de bedste beslutninger, at magthaverne finder, at et gode af en given social værdi ikke bliver tilvejebragt på tilfredsstillende vis af markedet og at en given ydelse har flere positive eksternaliteter, altså bivirkninger eller konsekvenser, der ligger ud over det primære område (ibid.). Ifølge Doyle passer public service-medievirksomhed i alle disse kategorier.

Også Graham anser public service-medierne for at være meritgoder: "(...)the goals that most people want from broadcasting will *not* be achieved by the market *on its own*" (Graham 1999, 18, forfatterens fremhævnings). Der er flere årsager til, at han konkluderer således, men det er værd at bemærke, at de "goals", Graham omtaler, er af langsigtet, samfundsrelateret karakter og ikke et spørgsmål om en øjeblikkelig behovstilfredsstillelse hos seerne, lytterne og

brugerne. I sin argumentation tillægger Graham rollen som samfundsborger stor betydning. Blandt andet skriver han, at fælles viden er afgørende i et demokrati, og at vi som borgere har ret til at have uhindret adgang til (visse) informationer. Og eftersom medierne er blevet en vigtig del af samfundet, har de en afgørende funktion for vores rolle som borgere. Men markedet (det vil sige de private medieaktører) interesserer sig, ifølge Graham, ikke nødvendigvis for disse aspekter, eftersom de søger øjeblikkeligt afkast. Derfor anser han det for nødvendigt med specifikke institutioner, der har bestemte forpligtelser i forhold til samfundet og borgeren. Det er ifølge Graham heller ikke tilrådeligt at lade det være op til den enkelte (for)bruger at afgøre, hvilket indhold der skal investeres i, fordi:

”(...)there is a very real danger that consumers will under-invest in the development of their own tastes, their own experience and their own capacity to comprehend. This is not because consumers are stupid but because it is only in retrospect that the benefits of such investment may become apparent” (Graham 1999, 27).

Det er denne mekanisme der gør, at broadcasting kan betragtes som et meritgode, og derfor reguleringen af disse medier ikke blot er et spørgsmål om økonomisk markedsintervention, men også skal ses i forlængelse af nogle overordnede samfundsidealer, herunder et syn på, hvilken information borgerne skal have stillet til rådighed og tilskyndes til at anvende.

I en dansk kontekst har det, at DRs public service-indhold er et meritgode, tidligere været meget udtalt i kulturpolitisk sammenhæng. Ifølge Duelund arbejdede Kulturministeriet i de første år efter dets oprettelse i 1961 efter en strategi, hvis formål var: ”(...)enlightenment for individual dignity and education of democratic citizens through making the fine arts available to all social groups and geographic areas” (Duelund 2003, 58). Om public service-medierne specifikt beskriver Mouritsen (2007, 30–31), hvorledes der fra radioens indførsel og op til 1990’erne var et udbredt syn på public service-medierne som nogle, der skulle opdrage befolkningen til en kunst- og kulturforståelse. Siden er andre kulturpolitiske foki kommet til, eksempelvis 1970’ernes *kulturelle demokrati*, der skulle sikre den kulturelle diversitet og pluralisme, og 1990’erne og 2000’ernes fokus på danskhed og national identitet, der blandt andet blev synligt i DRs public service-kontrakter (Duelund 2003, 60; Lassen 2011). At anse DRs kulturelle virksomhed som led i en form for opdragelse eller (ud)dannelse af befolkningen ud fra et bestemt politisk eller institutionelt syn betegnes i dag som værende udtryk for en paternalistisk tilgang, og noget de fleste eksplicit tager afstand fra. Kultur kan stadig ansues som et meritgode, men ifølge Mouritsen (2007, 32) er det blevet et spørgsmål om at sikre en mangfoldighed af indhold, indholdsmæssig kvalitet og tilstedeværelsen af dansk kultur.

3.3 Teori om den borgerlige offentlighed

Det var Garnham, der introducerede Habermas og offentlighedsteori i den angel-saxiske medievidenskab i artiklerne *Public Service versus the Market* fra 1983 og *The Media and the Public Sphere* fra 1986 (Moe 2009, 79; Collins 2004, 42)¹⁷. Når Garnham vælger at inddrage Habermas, er det i kraft af dennes forståelse af borgerrollen og den borgerlige offentlighed, som disse størrelser kommer til udtryk i en engelsksproget artikel fra 1974. Offentlighedsteori er artikuleret af andre end Habermas, men idet Habermas til stadighed er den teoretiker, der refereres til inden for public service-forskningen, bliver det hans udlægning af borgerrol-

¹⁷I en dansk kontekst er Habermas bragt i spil inden for bl.a. litteratur- og samfundsvidenskaben allerede i 70’erne. Se eksempelvis Mortensen og Møller (1977)

len, som den fremstilles i hovedværket *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* fra 1962, jeg her skal belyse¹⁸.

Habermas definerer den borgerlige offentlighed som "(...)den sfære der privatfolk samles til publikum" (Habermas 1976, 25). Han trækker i sin udlægning af offentlighedsbegrebet på opdelingen af den græske bystat, hvor polis-sfæren var et fælles rum for meningsudveksling, til forskel for oikos-sfæren som var forbeholdt privatlivet (ibid., 2). Den offentlige sfære er ikke identisk med staten, men befinder sig mellem denne og privatsfæren. Habermas skriver, at subjektet for offentligheden er publikum som bærere af den offentlige mening, og, hvilket er absolut centralt, at offentligheden konstituerer sig gennem samtale (ibid.). De borgere, der samles til, hvad Habermas betegner som publikum, benytter ideelt set den offentlige sfære til diskursiv meningsudveksling og kritisk at konfrontere de offentlige myndigheder (ibid., 25). Mediet for denne kritiske konfrontation, skriver Habermas, er offentligt ræsonnement (ibid.). Den ideelle borgerlige offentlighed, som Habermas knytter til principperne om det deliberative demokrati, er præget af en herredømmefri samtale, hvor fornuften bliver styrende, og det bedste argument sejrer i en fælles stræben efter sandheden. Herved adskiller den borgerlige offentlighed sig fra det feudale middelaldersamfunds offentlighed, der ifølge Habermas var en såkaldt repræsentativ offentlighed, der skulle give herremandens autoritet en aura (ibid., 6), og ikke fungerede som selvstændigt tænkende.

Offentlighedsmodellen som ideologi og ideal, ikke som samfundsmæssig struktur, er ifølge Habermas blevet overleveret fra antikken til den vestlige verdens demokratier, men den offentlige sfære hører specifikt til det borgerlige samfund, der opstod i det 18. århundrede sammen med den liberale kapitalisme (Andersen 2005, 374). Habermas beskriver, hvorledes der i England og Frankrig opstod kaffehuse og saloner, der dannede ramme for diskussioner om kunst og litteratur, og snart også om økonomiske og politiske emner. Medierne, eller mere specifikt den trykte presse, spiller en rolle i Habermas' beskrivelse af udviklingen af den borgerlige offentlighed. Som Rasmussen (2013) definerer, så forudsætter offentlighed: "(...)at mange mennesker har reel mulighed for indbyrdes kommunikation, dvs. adgang til fx forsamlingshuse, aviser og elektroniske medier". Ifølge Habermas stimulerede opblomstringen af uafhængige aviser og tidsskrifter debat mellem privatfolk på tværs af social status i disse forsamlingssteder (Habermas 1976, 33). Samtidig er medierne, i Habermas tolkning, dog også vigtige aktører i den borgerlige offentligheds forfald og opløsning, som han mener at kunne iagttage fra slutningen af 1800-tallet. Dette forfald skyldes ikke, at den offentlige sfære indskrænkes – tværtimod anfører Habermas, at den udvides mere og mere, men han anser dens funktion for svækket (ibid., 3).

3.3.1 Medierne og den borgerlige offentligheds forfald

Hvor en del af den borgerlige offentligheds forfald ifølge Habermas kan tilskrives det faktum, at staten breder sig og indtager dele af den private sfære, er det også et centralt element, at publikum går fra at være kulturræsonnerende til kulturkonsumerende. Markedets love er ifølge Habermas trængt ind i værkets substans, således at massekulturen er tilpasset et underholdningsbehov, og ikke fører til videre offentlig kommunikation (Habermas 1976, 151–154). En årsag til dette er, at den enkelte nu tilegner sig kulturen i en privat form, gennem radioen og tv'et, i sit eget hjem:

"Med de nye media endrer kommunikationsformen seg som sådan; de har derfor mer gjennomtrengende – i dette ordets strenge betydning – virkninger enn pressen kan ha.

Under tvangen av 'Don't talk back' antar publikums atferd en annen skikkelse.

¹⁸Jeg benytter Schwabe-Hansen, Høibraaten og Øiens norske oversættelse fra 1976.

Sammenlignet med trykte meddelelser beskærer de senderne som de nye media kringkaster på en eiendommelig måde mottagerens reaktion. De trekker publikum - som lyttende og seende - inn i sin fortryllelse, men fratar det samtidig 'myndighetens' distanse, dvs. sjansen til å kunne si og motsi(...) Den verden som frambringes av massemediene er bare tilsynelatende en offentlighet; men også privatsfærens integritet - som massemediernes på den annen side forsikrer konsumentene om - er en illusion" (Habermas 1976, 158–159).

Det er ifølge Habermas ikke kun i sin form, kulturen er blevet forvansket af massemediene, også dens indhold er præget af massekulturens ødelæggende indvirkning: "Omgang med kultur setter spor, mens forbrug av massekultur ikke etterlater noen spor; massekulturen formidler en slags erfaring som ikke kumuleres, men som er regressiv" (ibid., 154). Diskussionerne om kulturprodukterne er blevet professionaliserede og gjort til en forretning frem for at være privatpersonernes ræsonnement. Habermas mener, at der er sket en refeudalisering af samfundet, hvor politiske resultater stilles til skue, men ikke involverer borgerne i processen.

Det kan på baggrund af denne kritik synes paradoksalt, at Garnham og talrige andre medieforskere efter ham gør brug af Habermas' offentlighedsteori: dels er der ikke tale om en medieteor i snæver forstand, dels forholder Habermas sig altså ganske kritisk til de moderne massemedier, hvilke på tiden for udgivelsen af *Strukturwandel der Öffentlichkeit* i vid udstrækning var ensbetydende med public service-radio og -tv. Når Garnham alligevel trækker på Habermas, er det fordi han anser public service broadcasting-modellen som inkarnationen af den offentlige sfære (Garnham 1986, 45). Garnham reagerer på opblomstringen af kommercielle medier og den kløft, han mener, de har skabt i befolkningen, og han peger på, hvordan især public service-mediernes universalistiske grundsten bevirker, at politiske debatter foregår på nationalt plan, og ikke kun bliver for de få privilegerede (ibid., 51). Det er netop public service-idealet om at sikre universel adgang, der til stadighed kobles med en habermasiansk forståelse af borgerrollen og en offentlig dialog, både i forskningslitteraturen og i public service-institutionernes selvfremsættelse (se eksempelvis DR 2017a, 3). Men også forpligtelser om at sikre et alsidigt udbud, at fungere demokratiunderstøttende/støttende for det samfund, institutionen er en del af, at være uafhængig af politiske og økonomiske interesser samt at sikre indhold af høj kvalitet (der findes i den danske lovgivning ("Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, LBK nr. 255 af 20/03/2014" 2014, § 10) og typisk gælder for public service-institutionerne i vores del af verden) kan relateres til idealet om et samfund, hvor alle borgere på oplyst grundlag kan mødes i en meningsudveksling til gavn for den generelle samfundsudvikling.

3.3.2 Kritik af offentlighedsteorien i et medieperspektiv

Som blandt andre Thompson (1997) og Moe (2009) beskriver, er Habermas' offentlighedsteori blevet udsat for en omfattende kritik, herunder for det forhold, at Habermas overser betydningen af andre former for offentlighed end den borgerlige, og at den offentlighed, Habermas fremhæver som den ideelle, er meget snæver, idet den ekskluderer både kvinder og ubemidlede mænd (Thompson 1997, 71–73). Andre (eksempelvis Dahlgren 2004, 16–17) har argumenteret for, at samtalen i offentlighedsteori ophøjes til en form for politisk debat, der nok sjældent finder sted, hvorved teorien er afkoblet den mere dagligdags kommunikation. Endelig kritiseres Habermas også for at hylde den interaktion, der foregår ansigt til ansigt, mens han klandrer massemediernes publikum for at være ukritisk og passivt. Ifølge Thompson er det problematisk og forsimplet, når: "(...)Habermas's argument tend to assume, in a very questionable way, that the recipients of media products are relatively passive consumers who are enthralled by the spectacle and easily manipulated by media techniques" (Thompson

1997, 74). Thompson argumenterer for nødvendigheden af at genopfinde offentligheden, så der tages højde for samfundsudviklingen, hvor det ikke længere er en forudsætning, at man mødes i det samme fysiske rum på byens torv eller i dens kaffehuse og saloner for at diskutere. Thompson imødekommer dog Habermas' kritik af massemedierne ved selv at udtrykke en bekymring for medieorganisationernes uhindrede vækst, som han beskriver som det moderne samfunds trussel mod ytringsfriheden (ibid., 239-240). Løsningen på den udfordring, de globale medieaktørers kapitalakkumulationslogik medfører, er ifølge Thompson princippet om *regulated pluralism*, en regulering af mediemarkedet der sigter mod dekoncentration af ressourcerne i medieindustrien og virksomhedernes adskillelse fra staten, mens den betoner betydningen af ytringsfrihed (ibid., 240-242). Dette synspunkt ekkoer Grahams betragtninger om medieindustriens markedsfejl (jf. afsnit 3.2.1), og Thompson peger (indirekte) på medier reguleret ud fra grundlæggende public service-principper som et middel til at sikre den fortsatte eksistens af en offentlig sfære.

I 1990 blev *Strukturwandel der Öffentlichkeit* genudgivet, og i den anledning forfattede Habermas et nyt forord, hvori han imødekommer dele af den kritik, der er blevet rettet mod hans offentlighedsteori, herunder hans syn på massemediernes betydning for offentlighedens forfald. Habermas vedgår, at det er på sin plads med en revurdering af den forandrede publikumsadfærd, han beskriver som konsekvens af de elektroniske massemediers udbredelse, fordi han har været for pessimistisk i sit syn på massepublikummets kritiske potentiale (Habermas 1994, 54). I forordet beskriver han, hvordan han reelt ikke havde oplevet fjernsynsmediet på førstehånd, da han skrev *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, og derfor blot kunne støtte sig til andres analyser af det nye medie. Og idet Habermas var under stræk indflydelse af Adorno (ibid.), er det fra den kritiske teori, han henter sit syn på massemedierne. Theodor Adorno var en af hovedskikkelserne i Frankfurterskolens første generation, og har i sin egenskab af filosof, sociolog og musikteoretiker blandt andet beskæftiget sig med, og forholdt sig yderst kritisk til, den moderne massekultur, som han mener retter sig: "(...)efter princippet om udnyttelse, ikke efter deres eget indhold og dettes adækvate udformning" (Adorno 1972, 31). Habermas (1994, 54) erkender, at massepublikummet: "(...)er pluralistisk og i sit indre er meget differentieret". Samtidig er der ifølge Habermas sket en nedbrydning af de vandtætte skotter mellem trivial- og finkulturen, der ligeledes må nuancere billedet. Endelig henviser han til, at medieforskningen har udviklet sig, så der nu er flere empiriske analyser, der peger væk fra de gamle modeller med lineære virkningskæder (ibid., 55).

At Habermas således bløder sin kritik af massemedierne op, gør hans offentlighedsteori mere oplagt i et medievidenskabeligt perspektiv. Og idealerne om den inkluderende samtales værdi og det offentlige rum som forum for en fælles debat, der skal videreudvikle det demokratiske samfund, er velegnede i et forsvar for public service broadcasting, der netop har dette i sin DNA. For som også Habermas peger på, når radioen og tv'et ind i den private sfære, og qua den universelle dækning kommer disse medier i berøring med et publikum, der er langt større end borgerskabets kaffehuse og saloner. Den teknologiske udvikling har dog betydet, at offentlighedsteoriens sammenkædning med public service-medierne i de senere år er blevet mindre relevant. På den ene side har nye, digitale medier skabt flere muligheder for interaktion og en inkluderende, offentlig dialog. På den anden side betyder det store medieudbud og mulighederne for personalisering og for at søge nye, globale fællesskaber, at det er blevet vanskeligere at tale om en samlet offentlighed inden for nationalstatens grænser. Diskussionen om offentlighedsteoriens fortsatte betydning vil jeg vende tilbage til i afsnit 3.5.

3.4 *Medium theory*

”Medium theory focuses on the particular characteristics of each individual medium or of each particular type of media. Broadly speaking, medium theorists ask: What are the relatively fixed features of each means of communicating and how do these features make the medium physically, psychologically, and socially different from other media and from face-to-face interaction?” (Meyrowitz 1994, 50).

Således definerer Meyrowitz forskningsfeltet *medium theory*, som han selv indskriver sig i som en af andengenerationsforskerne (ibid., 51). De centrale forskere inden for feltets første generation er Harold A. Innis og Herbert M. McLuhan. Om disse kan overordnet siges, at Innis karakteriserer medier ud fra dimensionerne tid og rum, og kæder disse dimensioner med den historiske samfundsudvikling: En stentavle er af et varigt materiale i forhold til eksempelvis papyrus eller pergament, men vanskeligt at flytte, hvorfor stentavlen i Innis’ terminologi er *time biased*, mens papyrusrullen er *space biased*: Den er let at transportere over store afstande, men af et letforgængeligt materiale (Meyrowitz 1994, 52; Helles 2013). McLuhan var inspireret af Innis, men i modsætning til denne kobler han mediernes egenskaber til den menneskelige organisme og sansning. Ifølge McLuhan forlænger medierne eksempelvis øret og øjet, og han beskriver, hvordan dette har haft betydning for samfundets indretning. Fælles for Innis og McLuhan, såvel som andre medium teoretikere, er, at de inddeler civilisationens historie i tre overordnede faser baseret på den dominerende kommunikationsform: oral, skrift/print og elektronisk (Meyrowitz 1994, 53; Thompson 1994). Som nævnt betragter Meyrowitz sig selv som hørende til anden generation af medium teoretikerne. Han beskæftiger sig primært med tredje fase af kommunikationsformens udvikling, altså den elektroniske kommunikationsform.

Foruden Meyrowitz vil jeg inddrage Scannell, Thompson og Williams i min belysning af broadcast-mediernes karakteristika og min udlægning af, hvorledes der kan ses en sammenhæng mellem disse karakteristika og måden hvorpå public service som idealer, indhold og institutioner er blevet udviklet. Hverken Scannell, Thompson eller Williams regnes for egentlige medium teoretikere. De er dog inspirerede af denne teoretiske position, og de belyser hver især spørgsmål som eksempelvis hvorledes tv-mediet opstod og udviklede sig, hvilken indvirkning broadcast-medierne har haft på sociale situationer i privat og offentligt regi samt radioen og tv’ets betydning for den demokratiske udvikling. Fælles for de fire nævnte teoretikere er, at de eksplicit gør op med elementer i den hidtidige medieforskning. Hvor Williams (2003, 6–7) går i rette med de to teoretiske positioner, han betegner som teknologideterminisme og et symptomatisk teknologisyn, og i stedet tilbyder en tredje tolkning af tv-mediets opståen, gør Meyrowitz (1994, 51; 1987, 23) op med den udbredte opfattelse, at medier blot er kanaler hvorigennem budskaber overføres. Scannell (1989, 156–157; 1994, 31–32) og Thompson (1994, 27–28; 1997, 24–25) tilslutter sig denne position og tager i øvrigt afstand fra den (neo-marxistiske) forståelse af medierne som redskaber for en ideologisk manipulation, som denne blandt andet er kommet til udtryk i Frankfurterskolen og ideologikritikken, og senere hos Stuart Hall og hans kollegaer på Centre for Contemporary Cultural Studies. Derudover er Williams, Scannell og Thompson fælles om en kritik af betegnelsen ’massemedier’, som de finder misvisende grundet forhold vedrørende radioen og tv’ets receptionsomstændigheder. Denne kritik vil jeg udfolde nedenfor.

3.4.1 Broadcasting og den individuelle modtager

Medium theory kan overordnet beskrives som teori, der beskæftiger sig med mediers iboende teknologiske og brugsmæssige karakteristika, og hvorledes disse bliver en del af, eller må-

ske ligefrem foranlediger, samfundsmæssige, sociale og kulturelle forandringer (Helles 2013). Ifølge Williams (2003, 10) var det langt fra tilfældigt, at tv-mediet opstod. Snarere var det resultatet af en målrettet og konkurrencepræget proces for at imødekomme den efterspørgsel, der var på at kunne gemme og genafspille levende billeder og lyd. I det hele taget, beskriver Williams, var tiden omkring de to verdenskrige præget af et samfundsmæssigt ønske om teknologier, der kunne distribuere nyheder, baggrundsinformation mv., hvilket gav anledning til broadcast-mediernes opfindelse (ibid., 12-13). Han fremsætter den vigtige pointe, at radioens og tv'ets transmissions- og modtageteknologier blev udviklet uafhængigt af indholdet (ibid., 23). Dette er interessant i relation til de tidligere beskrivelser af, hvorledes broadcast-medierne er mere regulerede end andre former for medier: I og med at den teknologiske udvikling gik forud for den indholdsmæssige dagsorden, har man haft at gøre med et medie, i første omgang radioen, hvor man har vidst at en central afsender kan tale til borgerne (herunder børn) direkte i deres hjem, i deres private sfære for at benytte Habermas' terminologi. I tillæg hertil kommer, at radioen og tv'et som audio(visuelle) medier regnes for mere magtfulde end trykte medier: Når der ikke kræves særlige færdigheder for at afkode indholdet (i modsætning til ved læsning), er indholdet tilgængeligt for alle, der forstår det talte sprog. Dermed er potentialet for påvirkning af befolkningen større end for trykte medier. Dette har været medvirkende årsager til, at man har anset det for nødvendigt at regulere og dermed sætte rammer og retningslinjer for, hvori denne intervention i privatsfæren må bestå (jf. også Sykes-komiteens syn på *a potential power over public opinion and the life of the nation*, afsnit 3.2). Ifølge Williams er der en dyb og grundlæggende modsætning mellem broadcast-mediernes centraliserede afsender og private modtager, og han påpeger det paradoksale i, at radio og tv betegnes som *massemedier*, når de netop modtages af den individuelle lytter og seer i dennes hjem (Williams 2003, 17).

Også Thompson (1997, 24-25) og Scannell (1989, 149) er kritiske over for begrebet *massemedier* som betegnende for radio og tv, idet de finder det misvisende når netop disse medier typisk anvendes inden for hjemmets fire vægge og ikke af store forsamlinger. Scannell gør rede for, hvordan broadcast-mediernes brug har haft en afsmittende effekt på måden, hvorpå lytterne og seerne adresseres: "Form og indhold er udformet med tanke for den situation, som de skal modtages i, og de dertil passende former for social interaktion" (Scannell 1994, 36). Han påpeger, at fordi det er frivilligt at lytte til radio eller se tv, og broadcasterne ikke kan kontrollere omstændighederne hvorunder indholdet bliver modtaget, så må indholdet produceres og formidles på en måde, så vi får lyst til at gøre brug af det. Broadcasterne søger derfor, ifølge Scannell, at etablere en relation til lytterne og seerne: "Broadcasting's universe of discourse is as much a set of relationships as content" (Scannell 1989, 147). I denne relation er det ifølge Scannell essentielt, at publikum adresseres som individer, ikke som massepublikum (ibid., 149).

3.4.2 Broadcasting og demokratisering af samfundet

Fælles for Thompson, Meyrowitz og Scannell er, at de beskriver, hvorledes broadcast-medierne har medført samfundsmæssige forandringer, der rækker ud over det medierelaterede. Hvor Thompson (1997) betegner det som en ændret synlighed, er det ifølge Meyrowitz (1987; 1994) og Scannell (1989) et spørgsmål om at have adgang til informationer og steder, hvortil flertallet tidligere var forment adgang. Fundamentalt gælder, ifølge både Thompson, Meyrowitz og Scannell, at der med de elektroniske massemedier er sket en reorganisering af tid og rum. Ikke blot kan indhold, som Williams beskrev, gemmes og genafspilles, de elektroniske medier har også givet adgang til steder, der tidligere har været fjerne – geografisk eller socialt. Meyrowitz (1994, 59) argumenterer for, at situationer ikke er givet i form af fysiske lokaliteter, men er

informationssystemer. Derfor kan medier også være definerende for en social situations udfoldelse. Ifølge Meyrowitz er der forskel på medierne: "(...)different media are like different types of rooms - rooms that include and exclude people in different ways" (ibid., 62), men han fremhæver specifikt tv'et for at bringe "(...)the public sphere into our homes" (ibid., 68).

Scannell anlægger et fænomenologisk syn på broadcast-medierne og argumenterer for, hvorledes disse fungerer som: "(...)a public good that has unobtrusively contributed to the democratization of everyday life, in public and private contexts, from its beginning through to today" (Scannell 1989, 136). Broadcast-mediernes bidrag til en demokratiseringen af samfundet kommer, ifølge Scannell, til udtryk på flere områder. For det første er det gennem radioens og tv'ets transmissioner blevet muligt at bevidne eksempelvis debatter i parlamentet, royale bryllupper og tennisturneringer på Wimbledon-stadionet, begivenheder hvortil de fleste tidligere var forment adgang. Årligt tilbagevendende udsendelser har skabt en fælles, offentlig kalender, og et nyt persongalleri bestående af medieberømtheder er etableret, hvorved broadcast-medierne har bidraget til en fælles dagsorden og offentlig samtale (ibid., 141). Endelig gælder, ifølge Scannell, at radioen og tv'et har bidraget til en demokratisering ved at lade almindelige mennesker komme til orde og hverdagslige emner blive diskuteret: "Broadcasting, then, brings public life into private life, and private life into public life, for pleasure and enjoyment as much as for information and education", skriver Scannell (ibid., 143).

3.4.3 Broadcasting som public service

Hvor det åbenlyst er tilfældet, at broadcast-medierne har givet den enkelte adgang til (information om) nye steder og begivenheder, og endda inden for hjemmets trygge rammer, kan det diskuteres, hvorvidt Scannell tilskriver radioen og tv'et en for dominerende betydning for den demokratisering af samfundet, der generelt er set inden for det sidste århundrede. Ifølge Meyrowitz (1994, 70–71) er der den svaghed ved medium theory'en, at man ofte kommer til at overse betydningen af politiske og økonomiske præferencer i forhold til udviklingen af specifikke medier, således at medium teoretikerne selv kan siges at gøre sig til teknologideterminister. Han argumenterer for, at medium theory egner sig til analyser af strukturelle mønstre udviklet over lang tid, ikke til kortsigtede analyser, og at medium theory'en ikke skal stå alene, men integreres med andre perspektiver (ibid., 73).

Når medium theory kobles med public service broadcasting som fænomen, og i forlængelse af den ovennævnte kritik, er det derfor essentielt endnu en gang at slå fast, at det er et politisk skøn, at radioen og tv'et, og senere også online-medier, rummer nogle kvaliteter og potentialer, der gør, at de skal underlægges statslig regulering. At centrale afsendere kan formidle indhold til et stort antal decentrale modtagere, har bevirket, at broadcast-medierne til stadighed bliver set som egnede til at varetage specifikke samfundsmæssige opgaver, herunder at fungere som rum for offentlig samtale og debat. I denne sammenhæng er det naturligt af stor betydning, at de elektroniske medier relativt hurtigt har opnået en stor udbredelse, så de fleste borgere har adgang til indholdet, og, i hvert fald i teorien, har kunnet blive en del af det medierede, offentlige rum.

Det kan være gavnligt at koble Williams' (2003) redegørelse for broadcast-mediernes teknologiske udvikling med Søndergaards (1995) pointe om, at public service som begreb er blevet udviklet over tid under påvirkning af en række faktorer (jf. afsnit 3.1.2). Af en sådan kobling fremgår nemlig, at public service-medierne teknisk set er blevet til ud fra en målrettet ambition, men at reguleringen, herunder de nærmere bestemmelser om disse mediers virksomhed i form af generelle og specifikke forpligtelser, er fulgt i takt med, at man har erfaret, hvad de pågældende medier har af muligheder i et indholdsmæssigt perspektiv. Det har fra begyndelsen stået klart, at broadcast-medierne giver mulighed for, at en central afsender

sender audiovisuelt indhold direkte ind i den enkeltes privatsfære, og som sådan har man fra statens siden været opmærksom på den potentielle magt, disse medier kunne få. Som følge heraf har man etableret konkrete institutioner og lovgivning. Men i takt med at mediernes udbredelse, brug og indhold har taget form, er mere detaljeret regulering, såsom forpligtelser på at betjene minoriteter og beskytte børn, blevet udviklet. Public service-mediernes indhold er således blevet til i en vekselvirkning med deres regulering.

3.5 Fra broadcast til narrowcast: public service ved vejs ende?

I slutningen af 00'erne skete det såkaldte *digital switchover*, altså overgangen fra det analoge til det digitale sendenet, i flere europæiske lande. At man nu sender digitalt har afstedkommet en række forandringer af tv-markedet, der har været så omsiggribende, at Nissen (2015, 89) betegner overgangen som et paradigmeskift, der påvirker værdikæde og forretningsmodeller for både elektroniske og traditionelle medier (se også Lowe, Van den Bulck, og Donders 2018b, 11–12). Ifølge Nissen er der tre årsager til, at der ikke blot er tale om en udvikling af medielandskabet, men ligefrem et paradigmeskift: For det første har de gamle public service broadcastere fået nye midler til at nå og interagere med deres brugere samt nye måder at løfte deres forpligtelser og varetage deres mission. For det andet har udviklingen budt på øget konkurrence og heraf følgende fornyede konflikter med private aktører. For det tredje betyder digitaliseringen, ifølge Nissen, at der grundlæggende kan sættes spørgsmålstejn ved public service-institutionernes eksistensberettigelse (ibid.). Hvor digitaliseringen altså på den ene side har betydet nye muligheder for medieudbydere og brugere, med mere og flere former for indhold og flere måder at tilgå dette, har den selvsamme udvikling betydet, at der er skabt usikkerhed om, hvorvidt public service-institutionerne stadig kan legitimeres i et mangfoldigt medielandskab, og i så fald i hvilken form. Bennett beskriver rammende og præcist de udfordringer, overgangen fra broadcast til digitale medier har affødt for public service-institutionerne:

”The shift from television as a broadcast medium to a digital one has entailed a profound challenge for the world’s PSBs. The story is, by now, a familiar one characterised by a range of binaries used by free market evangelists and neoliberal governments around the globe to attack the basis of PSB: broadcast television was characterised by spectrum scarcity, digital television is typified by platform abundance; broadcast television was characterised by limited viewer choice and a concern with the (passive) citizen, in digital television the (interactive) consumer is king; broadcast television captured mass audience attention in the living room, whilst the digital viewer roams free across platforms forming niche, empowered communities” (Bennett 2013, 4).

Hvor public service-tv som digitalt medie altså på en række punkter adskiller sig fra public service-tv som traditionelt broadcast-medie i henhold til hvilke muligheder, de nye teknologier og platforme åbner op for, er der ikke ændret grundlæggende på de forpligtelser, disse institutioner skal leve op til: Der stilles stadig krav om, at de skal levere et alsidigt indhold af høj kvalitet, sikre universel adgang til information, fungere som en platform for debat og bidrage til den nationale kultur og identitet (Leurdijk 2007, 71; Asmussen 2007). Dette har medført en debat, hvor selve begrebsapparatet udfordres og revurderes (Ofcom 2005; Cowling og Tambini 2004b; Iosifidis 2010b; Jakubowicz 2008; 2010; Donders 2012).

I dette afsnit vil jeg trække linjerne op i debatten om public service-mediernes fortsatte betydning på baggrund af de teoretiske positioner, jeg har belyst ovenfor: offentlighedsteorien

og den medium theory-inspirerede tilgang. Kernespørgsmålet er, hvorvidt de traditionelle broadcast-mediers kommunikative karakteristika er indlejret i public service-idealene i en sådan grad, at public service-begrebet mister sin betydning, når indholdet distribueres på digitale platforme. Jeg vil indledningsvis skitsere fire grundlæggende forhold, hvor teknologien har medført ændringer for public service-mediernes identitet og status. Herefter vil jeg vise, hvorledes offentlighedsteorien som forsvar for public service-medierne er udfordret som følge af medieudviklingen. Afslutningsvis vil jeg belyse måder, hvorpå public service-opgaven søges udvidet og rekontekstualiseret. Hensigten med afsnittet er at etablere et teoretisk fundament for både de kommende analysekapitlers diskussioner og for den afsluttende diskussion om forandringerne i DRs public service-virksomhed.

3.5.1 Fire teknologisk relaterede forandringer for public service-medierne

Jeg har tidligere slået fast, at medium theory beskæftiger sig med forskellige mediers iboende teknologiske og brugsmæssige egenskaber og karakteristika. Nedenfor vil jeg skitsere fire hovedtendenser, hvor digitaliseringen betyder, at public service-virksomheden har ændret karakter. De fire tendenser hænger tæt sammen og påvirker hinanden. Jeg vil pege på, hvorledes udviklingen på den ene side betyder, at public service-institutionernes ideologiske fundament er udfordret, og på den anden side bevirker, at disse institutioners samfundsmæssige opgave er blevet vigtigere.

Fra *broadcast* til *narrowcast*: Af afsnit 3.4.1 fremgik, at blandt andre Williams (2003) og Scannell (1989) har beskrevet broadcastingens kommunikationsstruktur som en relation, hvor centrale aktører sender indhold ud til et stort antal private lyttere og seere. Som jeg beskrev tidligere i kapitlet, har dette særlige afsender-modtager forhold været afgørende for reguleringen af medierne. Den teknologiske udvikling har påvirket dette forhold på tre måder. Kabel- og satellitteknologien og senere digitaliseringen har medført, at langt flere aktører er kommet på markedet, så lytterne og seerne ikke længere modtager deres indhold fra (primært) én udbyder, men fra flere. For et samlet medielandskab betyder denne udvikling, at konkurrencen er intensiveret. For public service-aktørerne betyder det yderligere udfordringer i forhold til de grundlæggende opgaver, som også Nissen (2015) har peget på. I citatet ovenfor beskriver Bennett (2013), hvordan der opstår nichefællesskaber som erstatning for de brede massemedier. Denne tendens er en følge af fremvæksten af tv-kanaler og andre indholdstjenester, hvor det i konkurrenceøjemed er nødvendigt, at den enkelte kanal differentieres fra de øvrige kanaler, og derfor profileres med sigte på en specifik målgruppe (i kapitel 4 vil jeg belyse, hvorledes dette gør sig gældende for DRs kanalportefølje). Med profilerede kanaler og en personaliseret mediebrug bliver det mere relevant at tale om *narrowcasting* frem for *broadcasting*, fordi den brede offentlighed ikke længere møder og bruger det samme indhold (Negroponte 1995; Light 2004; Goodwin 2018). Når befolkningens mediebrug fragmenteres på en række kanaler, platforme og aktører, svækkes public service-institutionens funktion som værende facilitator for en offentlig dialog og et rum for en fælles samfundsdebat. På sigt betyder dette, at public service-mediernes rolle som demokrati/samfundsunderstøttende institution undermineres, når de ikke adresserer eller når ud til samfundet som helhed.

Fra *push* til *pull*-medier: Den anden måde, hvorpå digitaliseringen ændrer ved det traditionelle afsender-modtager forhold, er, at mange lyttere og seere nu vælger indhold af *pull*-typen. Det betyder, at man som bruger selv får magt over, hvilket indhold man vil modtage hvornår og på hvilken platform, frem for den traditionelle *push*-type, hvor afsenderen fastsætter programplanerne (Gripsrud 2010). Denne udvikling hænger tæt sammen med tendensen til narrowcasting, og forstærker effekten af det fragmenterede medielandskab, der

først sås ved det større kanaludbud. Men herudover opstår en udfordring i relation til kravet om at levere et alsidigt udbud, som eksempelvis DR er forpligtet på i henhold til loven ("Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, LBK nr. 255 af 20/03/2014", §10). Som public service-institution kan DR fortsat levere et alsidigt indhold. Men personaliserede tjenester og pull-teknologi giver brugerne mulighed for at udvælge præcis det indhold, de har interesse for, ligesom algoritmer (som de kendes fra streaming-tjenester som Netflix) sørger for, at den enkelte bruger præsenteres for indhold, der minder om det, der allerede er set. Dermed bliver man som bruger ikke nødvendigvis præsenteret for andre typer af indhold, herunder de programtyper, der opfattes som værende meritgoder, sådan som det sker i den traditionelle flow-programflade. På den ene side udfordrer dette grundlæggende public service-institutionernes legitimitet og åbner for en diskussion af, om der er grund til at opretholde de offentlige institutioner som udbydere af et bredt, alsidigt og mangfoldigt programudbud i et medielandskab, hvor indhold i stadigt stigende grad håndplukkes. På den anden side er dette et ekko af de problemstillinger, der blev rejst, da man gik fra enkelt-til få- og mangekanalsystemet. I kapitel 6 og 7 vil jeg diskutere de forskellige greb, DR anvender til at stimulere et varieret programvalg i et medielandskab præget af stadigt flere valgmuligheder.

Fra user til 'producers': En tredje måde hvorpå afsender-modtager relationen ændrer sig, er i forhold til, hvem der er indholdsproducenter. Dels ses konvergens inden for de etablerede medieinstitutioner, således at eksempelvis dagbladene producerer dokumentarfilm og audiovisuelle nyhedsindslag. Dels kan man med Hjarvard (2013; 2018) pege på, at der er sket en medialisering af samfundet, hvor aktører, der ikke tidligere har beskæftiget sig med medier, nu også er indholdsproducenter. Eksempelvis har man i Danmark kunnet opleve, at en bank (Jyske Bank) er begyndt at producere tv, der ikke blot beskæftiger sig med finans- og boligmarkedet, men også politik, kunst, sport og livsstil ("Jyske Bank TV" u.å., tilgået 3/4 2018). Men også enkeltindivider kan nu blive indholdsproducenter på sociale medier som YouTube og nå ud til et stort publikum. Axel Bruns (2006) betegner den nye form for indholdsproduktion, der især er knyttet til internettet, som *produsage*, altså en sammen-smeltning af *production* og *usage*. Indhold bliver her til i en kollektiv og vedvarende proces, åben for dem der måtte have interesse heri. I mindre målestok kan man også tale om, at den enkelte bruger med on demand-indholdet tilrettelægger sin egen programflade, hvor det tidligere var den centrale medieudbyder, der styrede program-flowet (Hendy 2013, 114–116). For public service-medierne er det begrænset, hvor meget brugerne kan bidrage til indholdsproduktionen. Men når brugere dels selv kan blive indholdsproducenter, dels kan finde indhold produceret af andre aktører end de traditionelle, udfordrer det public service-institutionernes status som kilde til viden, information og underholdning. Ifølge Goodwin (2018, 29) er public service-medierne marginaliserede i dagens medielandskab, men ikke fordi de ikke udvikler sig teknologisk eller fordi de mangler seere: Goodwin anser dem for marginaliserede, fordi andre indholdsproducenter, i særdeleshed sociale netværkstjenester, nu sætter dagsordenen. I tillæg hertil bliver konkurrencen om seerne, lytterne og brugerne stadigt større, jo mere indhold der produceres.

Fra et nationalt publikum til et internationalt: I afsnit 3.1.1 pegede jeg på, at der typisk stilles krav om, at en public service-institution understøtter og fremmer den nationale kultur og identitet samt det nationale sprog. Traditionelt har nationalstatens borgere været public service-mediernes målgruppe (Van den Bulck 2001; Lassen 2013; 2011). Men de nye medieteknologier, der har erstattet den traditionelle broadcasting, har som konsekvens, at det nationale publikum nedbrydes til fordel for et globalt orienteret publikum. Nye streaming-tjenester som Netflix og HBO Nordic, der tiltrækker især de yngre generationer, tilbyder et omfattende katalog af internationalt indhold. Når brugerne vælger indhold fra dis-

se tjenester, bliver det vanskeligt for DR og andre public service-institutioner med tilsvarende opdrag at varetage de nationalt relaterede forpligtelser for den samlede befolkning. De senere år er set eksempler på, at amerikanske serier som *Game of Thrones* (HBO), *House of Cards* (Netflix) og *Breaking Bad* (Netflix) har opnået høje seertal på tværs af landegrænser, og har etableret tværregionale fællesskaber. Denne internationalisering kan ses som en udfordring for public service-institutionerne i forhold til de nationale forpligtelser, ligesom den er central i den fragmentering af mediebrugen, der underminere de offentlige mediers samfundsmæssige status og betydning. På den anden side er de nationale public service-medier netop et mod-svar til de globale aktører, gennem deres fortsatte adresseren af den samlede befolkning såvel som forskellige segmenter og interessegrupper i befolkningen. Dette italesættes ikke bare af DR selv, men også af mediepolitiske aktører (Lassen 2013; 2011; Mouritsen 2007; Goodwin 2018).

Disse fire teknologisk relaterede forandringer medfører altså konkurrencemæssige, politiske og identitetsmæssige udfordringer for public service-institutionerne. Men giver de også anledning til begrebslige udfordringer? Public service-idealene er, som beskrevet, opstået i en anden tid og i tilknytning til specifikke medier, nemlig radioen og tv'et. Men de grundlæggende kriterier, der danner rammen om public service-virksomheden, såsom at fungere demokratiunderstøttende og uafhængig, være universelt dækkende og styrke den nationale identitet, har ingen direkte forbindelse med tv- og radiomediet. I teorien kan disse kriterier sagtens overføres til nye platforme. Alligevel har både den akademiske og mediepolitiske debat i de seneste årtier kredset om problemer for og begrænsninger af public service-opgaven i et medielandskab præget af mange kanaler og digitale platforme. Denne debat vil jeg udfolde i de følgende afsnit.

3.5.2 Fra én til flere offentligheder

Opgørelser over brugen af medier (se eksempelvis DR Medieforskning 2017; 2016; Slots- og Kulturstyrelsen 2016) viser, at en stor del af den danske befolkning stadig gør brug af DRs lineære tv-kanaler. Men det er ikke til at komme uden om, at profilerede kanaler, personaliserede tjenester og globalt orienterede fællesskaber til en vis grad har erstattet broadcast-mediernes massepublikum. I et teoretisk perspektiv betyder dette, at det er blevet vanskeligere at legitimere public service-institutionerne med afsæt i offentlighedsteorien og argumenter om, at de traditionelle broadcast-medier danner rammen for en fælles, national samtale.

Skønt udbuddet af on demand-tjenester og online-fællesskaber er steget markant de seneste år, beskrev Keane allerede i 1995, hvorledes public service-medierne var i krise grundet den teknologiske udviklings konsekvenser for den offentlige sfære. Udfordringen er grundlæggende, ifølge Keane (1995, 7–8), at talrige nye platforme underminerer det nationale fællesskab, de gamle broadcast-institutioner tiltalte, så der ikke (længere) er tale om en enkelt offentlig sfære, men: "(...)a complex mosaic of differently sized, overlapping, and interconnected public spheres that force us radically to revise our understanding of public life and its 'partner' terms such as public opinion, the public good, and the public/private distinction" (ibid., 8). Disse offentligheder, som medierne spiller en central rolle i tilblivelsen af, grupperer Keane på tre niveauer: mikro, meso og makro. Hvor mikro-offentligheder er på understatsligt niveau, er meso-offentligheder, ifølge Keane, typisk sammenfaldende med nationalstaten og traditionelt formidlet gennem landsdækkende aviser, radio og tv (ibid., 11). Det er altså inden for meso-offentligheden, public service-institutionerne opererer. Offentligheder på makro-niveau beskriver Keane som: "(...)the (unintended) consequences of the international concentration of mass media firms previously owned and operated at the nation-state level" (ibid., 12). Men

også internettet, som dengang stadig var i sin vorden, er, ifølge Keane, en makro-offentlighed med sine talrige interaktionsmuligheder og transnationale grupperinger (ibid., 15).

Keane beskriver, hvordan der foregår en deterritorialisering af det offentlige liv, fordi internettet og globale mediebegivenheder som offentlige sfærer giver grobund for, at borgere mødes løsrevet fra det fysiske rum (ibid., 18-19). Hermed er han på linje med Meyrowitz (1987), Scannell (1989) og Thompson (1997), der, som tidligere beskrevet, alle har påpeget, hvordan de elektroniske medier giver adgang til steder og begivenheder, hvortil flertallet tidligere var forment adgang. Med digitaliseringen og i særdeleshed internettet er denne adgang forbedret. Så hvor Scannell har argumenteret for, at radio og tv har bidraget til en demokratisering af samfundet som følge af dels adgangen til steder og begivenheder, dels ved at lade almindelige mennesker komme til orde, kan de nye medieteknologier siges at have forstærket disse kvaliteter.

Dog forholder Rasmussen (2009; 2016) sig kritisk til, hvorvidt internettet kan siges at være en ny offentlig sfære. Ifølge Rasmussen medvirker nettet ganske rigtigt i transformationen af den offentlige sfære, og han beskriver, hvordan internettet giver mulighed for en mere inkluderende samfundsdebat. Alligevel drager han en parallel til Habermas' beskrivelser af det feudale samfunds repræsentative offentlighed og betegner den offentlige mening, der kommer til udtryk på internettet, som: "(...)a sphere for conflict, profit and self-legitimation of power" (Rasmussen 2016, 78). Det interessante ved Rasmussens bidrag er, at han fastholder relevansen af offentlighedsteorien i sin belysning af de nye mediers kommunikative forhold trods det fragmenterede mediebrug, han samtidig beskriver.

Ifølge Rasmussen er styrken ved internettets rolle for den offentlige sfære, at flere kan komme til orde på nettet end gennem radio og tv, der tidligere har medieret den offentlige sfære: "(...)the Internet accelerates the differentiation of the public sphere in terms of topics debated, styles applied and persons involved" (ibid., 67). I tillæg hertil kommer, at hvor det er vanskeligt for den almindelige borger at ytre sig i massemedierne, er adgangen til internettets debatfora ukompliceret, så flere kan producere indhold og deltage i debatter, adgangen til offentlige autoriteter er forbedret og det er blevet lettere at organisere sociale bevægelser (ibid., 65-66). Således gælder ifølge Rasmussen, at:

"(...)with the Internet, the collective, mainstream nature of the hitherto mass-mediated public sphere has become more in tune with individualisation in modern society. With interaction rather than reception, subjective preferences and viewpoints are more easily articulated and linked to others, reproducing webs of intersubjectivity" (Rasmussen 2016, 59).

Når Rasmussen alligevel er kritisk over for internettet som hjemsted for den offentlige sfære, skyldes det, at online-debatten bliver fragmenteret og polariseret: "(...)the enormous activity on the Net creates a chaotic, fragmented discourse, which in turn may lead to 'balkanisation', or parallel communities: isolated groups cultivating introvert, sometimes extreme views" (ibid., 74). Skønt alle i teorien kan komme til orde på nettet, er det ifølge Rasmussen de færreste, der bliver hørt, mens få aktører kommer til at dominere debatten. Og fordi online-debatten er så omfattende, pluralistisk og ofte isoleret i nichefora, sætter Rasmussen spørgsmålstegn ved dennes værdi for en offentlig sfære. Han påpeger, at Habermas' model giver rum for pluralisme, men at pluralisme: "(...)requires that the discursive threads in various media and forums actually become connected. This is not necessarily the case with the Internet" (Rasmussen 2009, 28). I tillæg hertil kommer anonymitetens faldgruber: "(...)lack of responsiveness and respect in debates and incivility" (Rasmussen 2016, 67).

Rasmussen (2009, 29) skelner derfor imellem *media of diversity* og *media of focus*. Internettet, med dets talrige muligheder for debat, beskriver Rasmussen som tilhørende gruppen

af *media of diversity*, mens public service-institutionerne og de store (kvalitets)aviser falder under kategorien *media of focus* fordi de repræsenterer: "(...)what potentially becomes the agenda for formal politics" (ibid.). Ifølge Rasmussen indgår internettets heterogene kommunikation i en dynamisk relation til de homogene massemedier, og tilsammen udgør de to dimensioner den offentlige sfære:

"Both dimensions serve basic functions to a democracy that depends on and appreciates both efficiency and diversity, both a strong public opinion, which motivates politics on main concerns with the help of journalistic and entertainment techniques, and pluralistic and direct dialogue among its citizens. (...)Conversely, a focused and mainstreamed public sphere could compensate for the complexity, extremity and intransparency of partial, issue-oriented, public contexts" (Rasmussen 2016, 89–90).

Ved på denne måde at skelne mellem medier, der benyttes af den almene befolkning til (hverdagslig) debat og interaktion, og medier der fortsat kan siges at fungere som arena for det nationale politiske system, afskriver Rasmussen ikke den fortsatte eksistens af en offentlig sfære. Samtidig accepterer han dog ikke internettet som det nye hjemsted for en inklusiv og fælles samfundsdebat. Hans bidrag kan dermed læses som et (indirekte) forsvar for public service-mediernes betydning for en samlet national offentlighed, selvom denne er under forandring som følge af nye kommunikationsstrukturer.

3.5.3 Udvidelse af public service-begrebet

Som jeg tidligere (med Søndergaard (1995)) har slået fast, har public service som begreb og ideal udviklet sig over tid og under påvirkning af den teknologiske udvikling, politiske og økonomiske forhold samt konkurrencen på mediemarkedet. Det er karakteristisk for de seneste års diskussioner, mediepolitiske såvel som akademiske, at den begrebslige forståelse ikke har kunnet følge med den teknologiske udvikling. Denne uoverensstemmelse kommer til udtryk ved, at der hersker udbredt rådvildhed i forhold til, hvad public service skal forstås som i post-broadcasting-medielandskabet, både som begreb, indhold og institution. Hvor public service-mediernes snarlige død blev spået op gennem 80'erne og 90'erne (Tracey 1998; Ala-Fossi og Lax 2016), har diskussionen det seneste årti derimod typisk omhandlet, hvilke platforme public service-institutionerne må operere på, og hvilke institutioner der skal varetage opgaven (Lowe og Bardoel 2008; Moe 2009; Bennett et al. 2012; Donders 2012; Jakubowicz 2013; Lowe, Van den Bulck, og Donders 2018b). Inden for den akademiske forskning er gennem de senere år set en række bud på, hvorledes public service-begrebet kan udvides eller rekontekstualiseres, så det modsvarer den teknologiske udvikling.

"If anything eventually kills PSM [public service media] it will not be technology but ideology(...)" skriver Jakubowicz (2008, 31), og slår fast, at de offentlige broadcasteres overlevelse kun kan sikres, hvis institutionerne, deres rammer og virke moderniseres. En del af denne modernisering er, ifølge Jakubowicz, at udskifte B'et i PSB (public service broadcasting) med et M for 'medier' og dermed løsrive public service-forpligtelserne fra broadcast-mediernes. Men som Van den Bulck, Donders og Lowe (2018b, 12) påpeger, er det ikke blot et spørgsmål om at udskifte én type medier med en anden: "The transition from PSB to PSM is a transformational project because it is not simply a change in services or options for service, but in orientation and identity". Denne strategiske, begrebs- og identitetsmæssige diskussion har fyldt meget i den europæiske faglitteratur de seneste årtier (ibid.). Da Peacock-komiteen i 1986 gav deres bud på, hvorledes det britiske mediesystem skulle udvikles, indgik et forslag om at etablere en såkaldt *public service publisher*-model. I denne model er varetagelsen af

public service-forpligtelserne løsrevet fra specifikke institutioner og sat i udbud, således at også private medieaktører kan tage del i produktionen af den type programmer, markedet ikke dækker (Peacock 1986; Donders 2012). Forslaget skal ses i forlængelse af dels kommitteens generelle opfattelse af (for)brugeren som den, der bedst kan tage hånd om sine smagspræferencer, dels at det med den teknologiske udvikling var blevet muligt med direkte betaling til udbyderen (Donders 2012). I 2005 videreførte det britiske reguleringsorgan Ofcom ideen om en public service publisher (PSP) på den baggrund, at en sådan model er tilpasset den digitale verden:

”The PSP would not be a conventional, linear broadcaster. From its very inception, it would use all communications platforms in order to achieve reach and impact - from broadband to mobile platforms as well as digital TV. And, more importantly, it would provide fully converged content - linking together a wide selection of broadband and interactive content in innovative ways” (Ofcom 2005, 68).

Ifølge Ofcom bør PSP-modellen indføres som supplement til de etablerede broadcastere for at sikre pluraliteten i det britiske mediesystem (ibid., 68-69). Andre (Cowling og Tambini 2004a; Iosifidis 2010a; Collins 2010; Hendy 2013) har adresseret udviklingen ved at benytte betegnelserne *public service communication* og *public service content*, der ligeledes løsriver indholdsproduktionen fra broadcast-medierne – og potentielt fra de gamle broadcast-institutioner.

Bag disse begrebsovervejelser ligger en større politisk diskussion om styrkeforholdet mellem offentlige og private medier, og om hvem der producerer indhold til gavn for samfundet og befolkningen. Denne diskussion kommer ikke mindst til udtryk i spørgsmålet om, hvilke platforme public service-institutionerne må formidle indhold på, og kredser i særdeleshed om aktiviteter på internettet. På baggrund af et komparativt studie af fem europæiske lande, herunder Danmark, konkluderer Brevini (2013), at public service-institutionernes online-aktiviteter er udfordret af presset fra de private aktører for at begrænse udviklingen, som har sat aftryk på både EU-lovgivningen og de nationale lovgivninger. Ifølge Brevini er det derfor nødvendigt med et nyt public service-imperativ, der kan overføre de grundlæggende public service-idealer til den digitale kontekst. Hun introducerer begrebet PSB 2.0¹⁹, som dækker over: ”(...)a normative framework for PSB online(...)” (Brevini 2013, 30). Inspireret af det traditionelle etos for public service broadcast-medier opstiller Brevini fire normative kriterier, der tilsammen skal danne grundlaget for, at public service-institutionerne kan fuldføre deres mission online. De fire kriterier er *citizenship*, *universality*, *quality* og *trust* (ibid., 32). Af disse kriterier er det som sådan kun *trust*, der kan siges at være et nyt element – de andre er gentagelser af den traditionelle opfattelse af, hvori public service-opgaven består (jf. afsnit 3.1.1). I sit studie af public service-institutionernes online-aktiviteter finder Brevini da også, at tilgangen til online-indhold langt fra er nyskabende, men i vid udstrækning replikerer institutionernes offline-indhold og tilgange til de ’gamle’ medier.

Ifølge Goodwin (2018, 36–37) er det tegn på succes for de europæiske public service-institutioner, at de trods modstand og uden ekstra tilførte midler har formået at følge med udviklingen og etablere nyhedshjemmesider, mangekanalporteføljer og catch up-tjenester. Han argumenterer for, at disse ydelser ligger i forlængelse af de traditionelle broadcast-forpligtelser (ibid., 37). Men hvis de traditionelle public service-institutioner skal spille en central rolle i det sam- og fremtidige netværkssamfund, kræver det, ifølge Goodwin, at institutionernes be-
føjelser udvides, så de dækker ikke-broadcast-lignende tjenester. Tilsvarende skal der, ifølge

¹⁹Brevini er ikke den eneste der har benyttet web-terminologi til at beskrive broadcastingens faser. Jakubowicz (2010) og Burri (2017) opererer begge med de tre faser PSB 1.0, PSB 2.0 og PSB 3.0.

Goodwin, være bedre mulighed for (demokratisk) brugerinddragelse (ibid., 39)²⁰.

Et bud på en sådan udvidelse af beføjelser og public service-virksomhed kommer Hjarvard (2018) med, når han oplister tre funktioner, han finder centrale for en redefinering og udvidelse af public service-opgaven: *curation*, *moderation* og *monitoring* (ibid., 70-71). Som de tre funktioner indikerer, beskæftiger Hjarvard sig med public service-institutionernes forpligtelser i relation til sociale netværksmedier såsom Facebook og Twitter. Som Rasmussen (2009; 2016) peger Hjarvard på, at der er både fordele og udfordringer for online-medierne som fora for samfundsdebat. Men ifølge Hjarvard er netop public service-institutionerne egnede til at varetage opgaven med at kuratere, moderere og monitorere debatten på sociale netværksmedier, fordi disse institutioner besidder viden og erfaringer, der er nødvendige for at sikre offentlighedens og samfundets interesse i debatterne på de globale netværksmedier: "This mandate is natural for PSM due to historical, legal and institutional reasons, and therefore can be considered immediate, contemporary tasks that have essential importance for the role of PSM in the network society" (Hjarvard 2018, 72). På baggrund af to case-studier konkluderer Hjarvard, at DR har faciliteret online-debatter, der med stor sandsynlighed ikke havde fundet sted, havde det været op til de rent kommercielle aktører på markedet (ibid., 70). For Hjarvard er det altså på grundlag af dels public service-institutionernes historiske og juridiske rammer, dels deres erfaringer, at de vil være egnede til at facilitere den del af samfundsdebatten, der finder sted online (se også Donders 2012, 41).

Bidragene fra Jakubowicz, Brevini, Goodwin og Hjarvard er alle kendetegnet ved, at de er mere politiske end teoretiske i deres bud på, hvorledes public service-virksomheden bør opdateres og redefineres, så den er tilpasset den digitale æra. Der er således ikke tale om en egentlig omdefinering af begrebet, snarere en rekontekstualisering eller opdatering, der angiver, at public service-mediernes funktion som værende hjemsted for den offentlige sfære også gælder nye, digitale platforme og tjenester²¹. Denne type bidrag er meget fremherskende inden for de senere års faglitteratur. At det er både muligt og meningsfyldt at argumentere for en ekspansion af de gamle public service-institutioners beføjelser som følge af teknologiske og brugsmæssige forandringer, kan til dels tilskrives public service-begrebets grundlæggende elasticitet: Som jeg beskrev i afsnit 3.1, er begrebet ikke snævert defineret, men fungerer som et sæt idealer, der omsættes i konkret regulering. Derfor er institutionernes forpligtelser løbende blevet udvidet til at inkludere nye tjenester og platforme, for at favne de samfundsmæssige og medierelaterede forandringer. Imens består kernen, som har vist sig ganske modstandsdygtig (se også Ala-Fossi 2016, 291; Donders 2012, 1).

I en dansk kontekst blev det såkaldte Public service-udvalg nedsat af kulturminister Marianne Jelved i 2015 med henblik på at give bud på en begrundelse for public service-mediernes fortsatte eksistens og virksomhed. I udvalgets afsluttende rapport fra november 2016 indgik en definition af public service, der synes at pege på samme slutning om en modstandsdygtig

²⁰Ifølge Goodwin (2018, 40) skal udviklingen af public service-virksomheden ske gennem modige aktører indefra. Man kan klandre Goodwin for dermed at negligere betydningen af de nationale og overnatte udviklinger, men det er en diskussion, pladsen ikke tillader, at jeg går ind i her.

²¹En egentlig gentænkning af public service, både som indhold og institution, finder man i Murdock's forestilling om *the Digital Commons* (Murdock 2005; 2018). Murdock foreslår et netværk af institutioner såsom biblioteker, museer, arkiver og universiteter, der skal modsvare de problemer, han mener kommercialiseringen af medielandskabet har medført. Disse problemer tæller koncentreret ejerskab af medierne, fragmentering af brugerne samt den ulige adgang til digitale medier, der risikerer at skabe en kløft i befolkningen, både mellem unge og ældre, og mellem velhavende og mindrebemidlede (Murdock 2005, 223). Public service-institutionerne skal være centre for disse netværk, grundet deres historie, erfaringer og position i samfundet. Murdock (2018, 56) anerkender at hans "(...)view and recommendations may appear hopelessly utopian", og der er da også markant forskel på fremtidsudsigterne for de bidrag, der argumenterer for et fornyet syn på, hvori public service-virksomheden består, og Murdock's radikale nytænkning. Men hans bidrag er et forfriskende indspark i den kontinuerlige debat om platforme og beføjelser.

kerne. Her slås nemlig fast, at: "(...)det hidtidige demokratiske, samfundsmæssige og kulturelle rationale for public service grundlæggende er det samme" (Public service-udvalget 2016, 13). Eller som Hendy (2013, 130) skriver: "(...)although public institutions such as the BBC were born out of the very specific political and cultural anxieties of the early twentieth century, the core idea of broadcasting as a tool of Enlightenment is neither static nor time-limited". Netop fordi public service-begrebet er relativt elastisk, er det muligt at opdatere eller udvide de reguleringsmæssige beføjelser, mens kerneværdierne består. Således kan public service-opgaven – i teoretisk perspektiv – kontinuerligt tilpasses medieudviklingen og samfundets behov.

3.6 Opsamling

I dette kapitel har jeg etableret et makro-teoretisk fundament for afhandlingens undersøgelser af DRs tv-virksomhed. Indledningsvis foretog jeg en begrebsafklaring og pegede på, hvordan nogle principper for public service-virksomhed har ligget fast fra de første institutioner blev etableret, men at begrebet også er blevet tolket forskelligt over tid. På denne baggrund er det værd at holde sig for øje, at public service i bund og grund er en regulering af mediemarkedet ud fra den overbevisning, at markeds kræfterne alene ikke kan sikre det programudbud, man som samfund mener, befolkningen skal have stillet til rådighed.

Netop den opgave, public service-institutionerne har over for *samfundet*, har været et omdrejningspunkt i kapitlet. Jeg har beskrevet, hvordan offentlighedsteori ofte kobles med public service-medierne i en argumentation for, hvordan de offentlige medier kan danne rammen om og facilitere en fælles samtale i det demokratiske samfund. Gennem medium theory'en har jeg efterfølgende belyst, hvorledes radioen og tv'ets kommunikations- og receptionsomstændigheder har bevirket, at netop disse medier anses for egnede til at varetage public service-opgaven. I forlængelse heraf har jeg argumenteret for, at public service-mediernes indhold og regulering er blevet til i en vekselvirkning. Afslutningsvis har jeg beskrevet og diskuteret, hvilke udfordringer det omfattende kanaludbud og online-medierne har medført for public service-opgaven.

DRs kanalportefølje: fra få- til mangekanalstrategi

En programflade består af en række enkeltstående programmer, men for mange seere vil en aften foran fjernsynet typisk byde på oplevelsen af mere end en enkelt udsendelse, eventuelt på flere kanaler. De seneste årtiers medieudvikling har betydet, at der nu sendes tv-programmer døgnet rundt, og at antallet af kanaler er steget eksplosivt. Hvor hvert tv-selskab tidligere blot husede en enkelt kanal, tilbyder selskaberne nu typisk en portefølje af kanaler. For seerne betyder dette langt flere valgmuligheder, mens udviklingen for tv-markedets aktører er ensbetydende med intensiveret konkurrence. I denne udvikling er tv-kanalen gået fra blot at være en frekvens, en teknologisk distributionsplatform, hvorpå programmerne sendes, til at være tydeligt profileret ud fra indhold eller målgruppe for dermed at stå stærkt i konkurrencen om seernes opmærksomhed.

Den generelle markedsudvikling har også sat sit præg på DRs tv-kanaler: Blandt de mest centrale aspekter i den udvikling, DRs tv-programvirksomhed har gennemgået i de seneste årtier, er udvidelsen af kanalporteføljen fra en enkelt tv-kanal med blandet indhold til seks tv-kanaler, hvoraf de fem er profileret ud fra aldersgruppe og tematik. Denne udvikling er sket, selvom DR som licensfinansieret public service-institution i økonomisk perspektiv står uden for konkurrencen, og indholdsmæssigt er forpligtet på at betjene hele befolkningen. I dette kapitel vil jeg undersøge udviklingen af DRs tv-kanalportefølje med henblik på at belyse, hvad baggrunden har været for, at DR har oprettet nye kanaler, og løbende har omlagt profilerne for de eksisterende kanaler – herunder hvilken betydning den generelle konkurrence på markedet er blevet tillagt. Idet kanalerne er en del af en portefølje, vil jeg analysere, hvilken hensigt DR har haft med den samlede portefølje i løbet af perioden. Skønt DR som public service-institution altså ikke er underlagt markedets mekanismer, er en høj seertilslutning stadig af stor betydning, idet det kun er på denne måde, DR kan være i berøring med befolkningen og fungere som facilitator af en fælles, national samtale. Derfor vil jeg inddrage DRs seertal (i form af share, dækning og manko-dækning) i en undersøgelse af, hvilken betydning kanalernes og kanalporteføljens profilering har haft for DRs seertilslutning.

Hvor jeg primært arbejder med perioden 2005–2015 i min undersøgelse af forandringerne i DRs tv-virksomhed, udvides tidshorisonten i dette kapitel, således at kanalporteføljens tilblivelse og udformning undersøges for årene 1996–2015. Årsagen til dette er, at det var i 1996, DR overgik fra at drive en enkelt kanal til at sende tv-indhold på to kanaler. Jeg vil belyse udviklingen af DRs tv-kanalportefølje ud fra centrale nedslag i perioden: 1996, 2009

og 2012–2014. I 2009 udvidede DR sin portefølje fra tre til seks kanaler, og i 2012–2014 blev disse kanalers profiler justeret eller omlagt.

Indledningsvis gør jeg mig nogle overvejelser om, hvad der ligger i begreberne *kanal* og *portefølje* – begreber der er centrale for kapitlets analyser, og skitserer en teoretisk ramme for, hvorledes en tv-kanal kan forstås. Dernæst introducerer jeg kort DRs kanalportefølje med hensyn til de enkelte kanalers profiler, og hvilke faktorer der generelt kan siges at ligge bag porteføljens forandringer. Herefter følger kapitlets analyser, idet jeg undersøger det samlede formål med kanalporteføljen i 1996, 2009 og 2012–2014, forskellige aspekter af kanalernes samspil og hvorvidt der kan spores en sammenhæng mellem seertallene og udviklingen af DRs kanalportefølje.

4.1 Begreberne *kanal* og *portefølje*

Beskues kanalbegrebet i sin grundlæggende betydning, fremkommer en vigtig pointe for dette kapitels analyser – ikke mindst hvis kanalbegrebet sammenstilles med broadcast-metaforikken. I den oprindelige betydning stammer broadcasting-begrebet fra landbruget, og betegner den handling at sprede såsæd ud over et areal med hånd eller såmaskine. Begrebet er overtaget af medieverdenen som metafor for den universelle udsendelse af programindhold fra en central afsender til et massepublikum. Betydningen af begrebet kanal står grundlæggende i kontrast til denne form for massespredning. Ordet kanal findes på latin som *canalis* og græsk som *kanna*, der betyder rør (Den Danske Ordbog 2016). Kanalbegrebet kendes i den geografiske betydning, hvor det betegner et (anlagt) vandløb for skibstrafik, en intenderet rute mellem to steder, der benyttes i transportøjemed. Inden for kommunikation og medier benyttes ordet kanal ligeledes til at beskrive den intenderede eller målrettede forbindelse mellem aktører, hvorigennem et budskab passerer fra en afsender til en modtager. Så hvor broadcasting står som betegnelse for den brede, uspecificerede udsendelse af indhold, beskriver kanalmetaforikken den mere målrettede kommunikation, hvor afsenderen har retningsbestemt indholdet til en specifik modtager(gruppe). Når disse refleksioner er relevante, er det fordi det at målrette indhold, er centralt i udviklingen af et mangekanalsystem, der, som blandt andre Light (2004, 55) betegner det, kan ses som indvarslingen af overgangen fra broad- til narrowcasting, altså fra det at sende programmer til den samlede befolkning til at sende til smalle seersegmenter (jf. afsnit 3.5.1). I metaforisk forstand kan broadcasting som fænomen, ikke som teknologi, siges at ophøre med flerkanalssystemets opståen. For idet seerne kan vælge mellem forskellige (segmenterede) kanaler, eroderes det brede massepublikum.

Portefølje er et andet vigtigt begreb i dette kapitel. En portefølje er en samling af flere elementer, der typisk har noget til fælles, eksempelvis ophavsmand eller ejer, eller som løser forskellige (afgrænsede) aspekter af en opgave. I nærværende sammenhæng benyttes begrebet portefølje til at beskrive det samlede udbud af tv-kanaler, en ejer råder over på et givent tidspunkt. Ses på kanalporteføljerne hos de offentlige og private aktører på det danske tv-marked gælder dels, at der typisk er en klar rollefordeling mellem kanalerne i samme portefølje, dels at kanalerne i fællesskab løser den samlede opgave at dække tv-stationens intenderede målgrupper.

4.2 Teoretisk belysning af tv-kanalen

I betragtning af, at kanaler har været et centralt element i udsendelsen og modtagelsen af tv-programmer helt fra fjernsynets fødsel, er det bemærkelsesværdigt, at så begrænset en del af forskningslitteraturen beskæftiger sig med kanalfænomenet. Kanalen er blevet tildelt en betydelig funktion i relation til vigtigheden af den blandede programflade (Scannell 1989), i inddelingen af broadcastingens historie ud fra omfanget af kanallandskabet (Ellis 2002) og i forhold til flerkanalssystemets udvikling i Storbritannien og de skandinaviske lande (Ytreberg 2002). Men disse vigtige bidrag til forskningslitteraturen behandler ikke tv-kanalen i et teoretisk perspektiv. For at finde en omfattende analyse af tv-kanalens historie, funktion og udvikling skal man helt frem til en ph.d.-afhandling forfattet af Julie J. Light i 2004 ved University of Glasgow. Også efter Lights afhandling er tv-kanalen som idé og funktion sparsomt beskrevet, selvom denne periode for alvor har været præget af en stigning i antallet af kanaler. Johnson (2013a; 2012) har dog beskæftiget sig med lineære tv-kanaler i lyset af det mangfoldige kanallandskab og tilkomsten af digitale platforme i et perspektiv, der er relevant for mit projekt. Jeg vil således i særdeleshed trække på bidragene fra Light og Johnson i dette kapitels teoretiske forståelse af tv-kanalen.

4.2.1 Fra frekvensknaphed til kanalmangfoldighed

Med henvisning til Ellis' ofte benyttede terminologi, beskriver Johnson omstændighederne for tv-kanalers oprettelse i fjernsynsmediets spæde leveår:

”In the early decades of television broadcasting the number of television channels was determined by the restriction of the electromagnetic spectrum. As a consequence, the broadcast era (roughly from the 1930s/40s to the 1980s) is often one characterized by a scarcity of television channels”. (Johnson 2013a, 276)

Det teknisk begrænsede råderum bevirkede, at det var en både vanskelig og bekostelig affære at etablere og drive et broadcast-system, der skulle kunne nå selv de fjernest bosiddende befolkningsgrupper (Scannell 1990, 11–12). Det blev en opgave for de nationale regeringer at nå til enighed om fordelingen af det sparsomme antal frekvenser mellem broadcastere, militær, telekommunikation og andre aktører (ibid., 11). Som konsekvens af det begrænsede udbud og den store efterspørgsel fik de statsligt drevne medieinstitutioner i Europa til at begynde med råderet over en enkelt eller to kanaler (Scannell 1990; Mortensen 2008), og kanalen var derfor blot en teknologisk mulighed for at distribuere indhold til den samlede befolkning. I takt med at satellit- og kabelteknologi gjorde det billigere at oprette og drive tv-kanaler, så tv-selskaberne for få ressourcer kunne lancere flere kanaler, overgik hver enkelt tv-kanal fra at være en distributionsplatform til at være en måde at adressere indholdet til specifikke målgrupper (Johnson 2013a; Light 2004).

Blandt årsagerne til denne udvikling hører de nye finansieringsformer for seernes modtagelse af programindholdet, der opstod med de nye teknologier. Licensfinansierede tv-stationer er forpligtet på at sikre indhold til hele befolkningen, og reklamefinansierede kanaler skal, for at være attraktive for annoncørerne, nå bredt ud i målgruppen. Derimod blev det med satellit- og kabelteknologien muligt at etablere betalingskanaler i form af abonnementer og *pay per view*-tjenester. Johnson (2012) beskriver, hvordan disse kanaltyper typisk fik en specialiseret og distinkt profil, for at overtale den enkelte seer til at betale for det specifikke indhold. Den skærpede konkurrencesituation bevirkede dog, ifølge Johnson (2013a) og Light (2004), at det også for public service-institutionerne (hvis markedsandele blev formindsket for hver

ny konkurrerende kanal (Svendsen og Nielsen 1996, 28)), blev vigtigt, at seerne var klar over, hvilke programmer de kunne forvente at finde på den enkelte kanal. Som følge heraf blev det en udbredt tendens på det europæiske tv-marked op gennem 1990'erne, at den enkelte kanal skulle have en profil, der var klart identificerbar for seerne.

4.2.2 Tv-kanalers identitet, profilering og *brand*

At det er nødvendigt for medieinstitutionerne at etablere distinkte kanalidentiteter, skyldes ifølge Johnson (2012, 85) den intense konkurrence om seerne. Hun beskriver, hvordan seerne typisk, til trods for det store antal kanaler de har til rådighed, stadig holder sig til 5–8 tv-kanaler. Samme tendens har, ifølge Svendsen og Nielsen (1996, 37), gjort sig gældende på dansk jord. Ifølge Johnson betyder dette seermønster, at det er: "(...)increasingly important not only for broadcasters to stand out in an ever more crowded marketplace, but also to try to position themselves as one of the few regular channels for television viewing" (Johnson 2013a, 283). Nichekanaler rettet mod en smalt defineret målgruppe eller med et homogent indhold, forstået ud fra mangfoldigheden af genrer eller programmernes tematik, er ifølge Johnson lanceret som en del af denne udvikling.

Light (2004) betegner kanaler som identitetsmarkører, der bidrager til at definere og målrette indholdet på en given kanal. Ifølge Light er en tydelig kanalidentitet ikke kun en fordel for seerne, der ved hvilke programmer de kan forvente at finde på kanalen, men også for dem der skal tilrettelægge programfladen og foretage den redaktionelle udvælgelse af indholdet. Light beskriver, hvordan kanalprofiler etableres gennem både produktion og indkøb af programmer, programlægning og markedsføring. Ligesom Johnson påpeger Light, at en kanals indholdsmæssige homogenitet er med til at tegne dens profil: "The resulting degree of genre specialisation would be part of the character and identity of the channel, helping to differentiate it from other channel offerings" (ibid., 82). Ifølge Light kan en kanals genrespecialisering typisk aflæses af kanalnavnet, og sådanne eksempler kan da også findes i DRs kanalportefølje i form af kanalerne DR Update og DR HD, der henviser til henholdsvis det nyhedsopdaterende indhold og kanalens teknologiske præmis. Profileres en tv-kanal ud fra sin intenderede målgruppe, kan det både resultere i en bred kanal, som det ses hos DR1, der er rettet mod hele befolkningen, og der kan være tale om en smal målgruppe, som når DR Ramasjang siden 2013 har henvendt sig til børn i alderen 3–6 år. Light pointerer, at et fokus på en specifik målgruppe kan resultere i indholdsmæssig ensartethed uagtet diversiteten i genrer (ibid., 85). Igen kan DR Ramasjang benyttes som illustrativt eksempel: På kanalen sendes både fiktion, underholdning, musik, undervisning, oplysning & kultur samt aktualitet & debat, men idet samtlige programmer er henvendt til de 3–6 årige, bliver det en yderst specialiseret kanal.

Johnson (2012; 2013a) beskriver, hvordan de amerikanske og engelske tv-industrier i de senere år har taget branding-logikker til sig i markedsføringen af både kanaler og enkeltstående programmer. Branding skal hos Johnson (2013a, 275–276) forstås som de måder, hvorpå det at se tv bliver en oplevelse, der rækker ud over det enkelte program, og refererer til tv-kanalen (og i sidste ende til moder-brandet, altså medieinstitutionen selv). Konkret foregår branding, ifølge Johnson, ved, at tv-selskaberne anvender en række værktøjer såsom logoer, jingler, identer (*idents*) og kanalværter, der tilsammen skaber en kanalidentitet. Formålet med kanal-brandingen er, at seerne knytter den gode oplevelse *at se fjernsyn* til den kanal, de ser (ibid., 278). Ifølge Johnson er det ikke kun smalle, kommercielle kanaler, der kan gøre brug af – og have succes med – branding-strategier: Også de traditionelle, brede public service-kanaler har ifølge Johnson gavn af at brande deres kanaler og programmer: "Branding is particularly useful within the public service context of the mixed programme schedule because brands function to connect together different products and services within one set of

values” (ibid., 125)²². Johnson (2013a, 289) og Light (2004, 88–89) beskriver begge, hvorledes det er vigtigt for public service-institutionerne, at de formår at kommunikere deres værdier til både seerne og de politiske beslutningstagere, og de påpeger, at tydelige kanalprofiler kan signalere, hvorledes institutionen varetager sin public service-opgave.

4.2.3 Segmentering eller fragmentering?

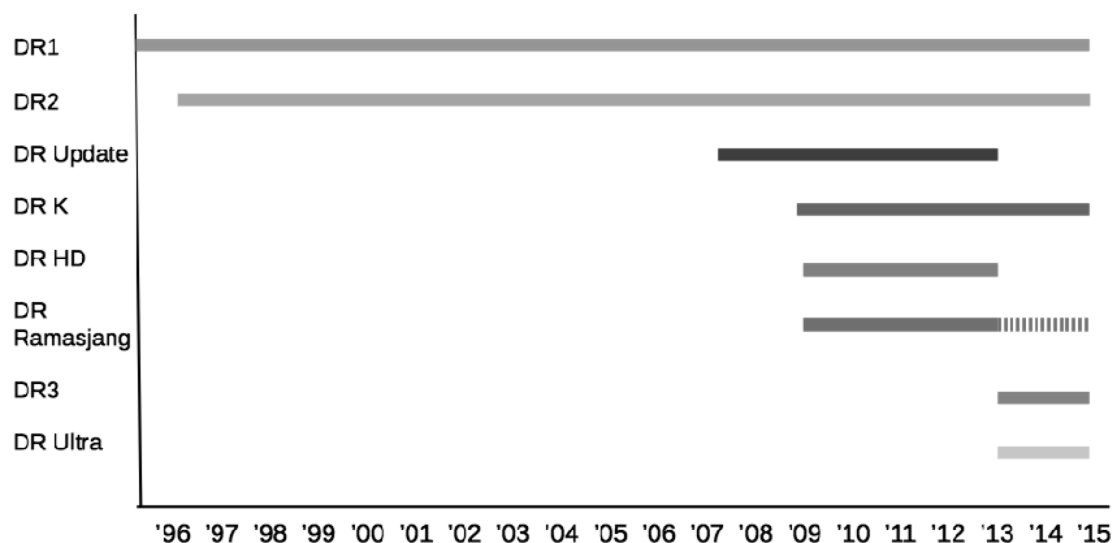
Den udvikling, hvor kanaler målrettes specifikke seersegmenter, har også gjort sig gældende i DRs kanalportefølje, idet kun DR1 har den samlede befolkning som sin målgruppe (skønt der kun sendes få børneprogrammer på DR1). DR3, DR Ultra og DR Ramasjang er segmenteret ud fra den intenderede målgruppes alder, mens DR2 og DR K er profileret ud fra indholdets tematik. Den nu nedlagte DR Update tilhørte også sidstnævnte kategori, mens DR HDs profil som udgangspunkt var teknologisk funderet. Så hvor det tidligere var en enkelt kanal, der favnede hele DRs målgruppe, er det nu porteføljen som helhed.

Ses på tv-kanallandskabet på tværs af offentlige og private aktører i Danmark, fremkommer det billede, at porteføljer af (talrige) smalt profilerede kanaler er reglen, mens de brede kanaler er undtagelsen: TV 2/Danmark har i perioden 2005–2015 drevet hovedkanalen TV 2 (med public service-tilladelse) samt kanalerne TV 2 Zulu, TV 2 Charlie, TV 2 Film, TV 2 News, TV 2 Fri og TV 2 Sport (uden public service-opgaver). Discovery Networks’ portefølje inkluderer kanalerne Kanal 4, Kanal 5, 6’eren, Canal 9, TLC m.fl., og MTGs portefølje tæller blandt andre TV3, TV3+, TV3 Puls, TV3 Sport, MTV og Nickelodeon. For de private kanaler gælder, at de alle er forholdsvis smalt profileret ud fra indholdets genrer eller intenderede målgrupper. Ingen af de private aktørers kanaler kan betegnes som hovedkanaler: Det må siges at være et karakteristika for public service-institutionerne, at de driver sådanne kanaler. Dette billede tegner sig også i en sammenligning med de øvrige skandinaviske lande og England: Her driver public service-institutionerne SVT, NRK, YLE og BBC alle en bred kanal foruden et større eller mindre antal smalle kanaler profileret ud fra alder eller indhold.

Gennem de senere år er mangekanal- og multiplatformssystemet blevet sat i forbindelse med forestillingen om, at en globalisering af medierne medfører en fragmentering af (det nationale) publikum i smalle nichefællesskaber (jf. afsnit 3.5). Denne udvikling beskrives fra tid til anden som en trussel mod samfundets sammenhængskraft (Støvring 2010; Lassen 2011; Webster og Ksiazek 2012). Men hvor fragmenteringsbegrebet oftest anvendes negativt ladet, er der en anden opfattelse af segmenteringsfænomenet. Skønt segmentering i interessefællesskaber eller aldersdefinerede målgrupper kan siges at udgøre en af grundstenene i fragmenteringen af det nationale publikum, italesættes denne tendens i højere grad som, at seerne har forskellige præferencer, der skal betjenes, eller at seerne skal kunne orientere sig i det omfattende udbud (Light 2004; Johnson 2012; 2013a). I flere af DRs publikationer italesættes fragmenteringen som en følge af det globale mediemarked, og som årsagen til, at det er vigtigt at bevare og styrke den danske public service-institution (DR 2009b; 2009c; 2015b). DR1 fremhæves typisk som kanalen, der kan samle befolkningen, mens DR Ramasjang beskrives som værende et vigtigt dansk alternativ til den voldsomme fremvækst af udenlandske børnekanaler, markedet har set (DR 2009c, 25). De resterende kanaler beskrives eksempelvis med formuleringer om, at DR sikrer relevant indhold for alle og for den enkelte, sætter brugerne i centrum og formår at give brugerne det, de søger (DR 2015b; 2009c). At fem ud af seks kanaler i DRs portefølje er en del af det segmenterede kanallandskab, artikuleres ikke.

²²Som det fremgår af dette kapitel, er det kendetegnende for udviklingen af DRs tv-kanalportefølje, at kanalernes programflader er blevet *mindre* blandede. Af de interviews, jeg foretog med DRs kanalchefer og mediedirektør, fremgik dog, at branding betragtes som et vigtigt aspekt ved DRs tv-virksomhed, også for de smalle porteføljekanaler og streaming-tjenesten DR TV.

4.3 DRs tv-kanaler, 1996–2015



Figur 4.1: Illustration af tv-kanalerne i DRs portefølje. Når DR Ramasjang er opdelt i en fuld og en stiplet linje, er det for at markere, at børnekanalen i 2013 ændrede målgruppe.

Figur 4.1 er en illustration af, hvilke tv-kanaler der har indgået i DRs portefølje i perioden 1996–2015. Fra DR blev en aktør i tv-landskabet i 1951, og til DR2 blev lancerede i 1996, rådede public service-institutionen blot over en enkelt tv-kanal, TV1, der med DR2s tilkomst blev omdøbt til DR1. Der skulle derefter gå elleve år før DR, i 2007, introducerede endnu en kanal til porteføljen, nemlig nyhedskanalen DR Update. Med overgangen fra det analoge til det digitale, jordbaserede sendenet i november 2009 fik DR stillet yderligere tre tv-kanaler til rådighed, således at DR siden 2009 samlet har sendt tv på seks kanaler. I perioden 2012–2014 er samtlige kanalprofiler dog blevet justeret eller omlagt. Jeg vil i det følgende afsnit kort gøre rede for de enkelte kanalprofiler i DRs portefølje i perioden 1996–2015.

4.3.1 Profilerne i DRs tv-kanalportefølje

DR1: Siden DR2s lancering i 1996 har DR1 fungeret som en hovedkanal i DRs tv-kanalportefølje. Dette betyder, at DR1 er den største kanal i porteføljen og den kanal, der skal have flest seere. For at sikre dette har kanalen en bred profil med tilbud til hele befolkningen, og der sendes programmer inden for alle genrer. Ifølge Henriette Marienlund, der i foråret 2016 var konstitueret kanalchef på DR1, skal hovedkanalen samle, oplyse og udfordre befolkningen, altså hvad man kunne betegne som en traditionel public service-profil for en kanal med en blandet programflade (Interview med Henriette Marienlund, 10/2 2016).

DR2: Kanalens profil har været noget omskiftelig gennem perioden. Da DR2 blev lanceret, havde den til formål at give seerne flere valgmuligheder inden for DRs portefølje, den var en kanal for de unge og mere værtsbåren end DR1 (Wilhjelm 1998a, 15). Kanalen sendte et bredt udbud af genrer, og skulle samtidig være eksperimenterende. Med kanalporteføljens udvidelse og omlægning er DR2 blevet udfordret af, at især kanalerne DR K og DR3 har kannibaliseret på DR2s profil og rolle. I 2014 fik DR2 den noget smalle profil som værende samfundskanal, der dog både sender nyheder, aktualitet & debat, dokumentarer, fiktionsfilm og satire.

DR Update: Kanalen var en rendyrket nyhedskanal, der blev lanceret i 2007, blot et halvt år efter at TV 2 Danmark søsatte TV 2 News. Til at begynde med kunne DR Update kun ses på nettet, men i 2008 begyndte DR Update at sende på det digitale, jordbaserede sendenet de fleste af døgnets timer. I 2009 blev DR Update en selvstændig tv-kanal, der sendte 24 timer i døgnet. Et nyhedsindslag på DR Update var typisk af 6–8 minutters varighed, der så blev genudsendt et givent antal gange. Kanalen blev lukket i 2013.

DR HD: De tidligere mediedirektører i DR Lars Grarup og Gitte Rabøl beskriver begge, hvordan DR HD skulle medvirke til at drive udviklingen af fjernsyn i *high definition*-kvalitet i Danmark fremad (Interviews med Lars Grarup og Gitte Rabøl, henholdsvis 18/4 2016 og 18/2 2016). DR HD havde ingen egenproduktioner, og kanalens profil var ikke officielt rettet mod en specifik målgruppe. Alligevel bar indholdet i stor udstrækning præg af at være rettet mod de yngre mandlige seere, en målgruppe DR alle dage har haft vanskeligt ved at tiltrække²³. Kanalen blev lukket i 2013.

DR K: Ifølge flere aktører i DR blev kulturstoffet, selv efter lanceringen af DR2, ofte henvist til ydertidspunkterne i programfladerne på DR1 og DR2. Dette skulle DR K kompensere for. K'et står for kultur, og på kanalen sendes programmer omhandlende blandt andet kunst, musik, historie, litteratur, arkitektur og mode samt tro og eksistens.

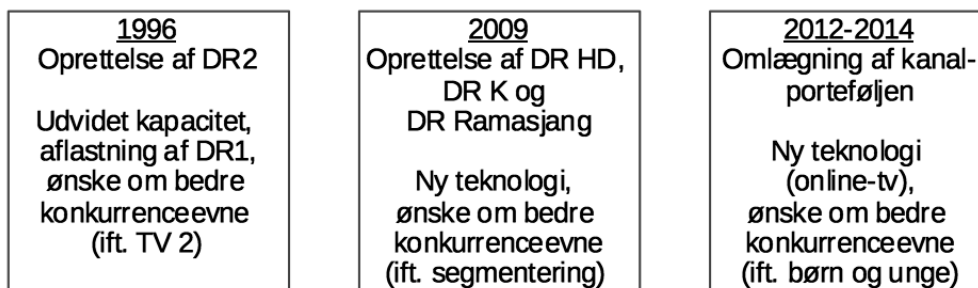
DR Ramasjang: Fra 2009 til 2013 var DR Ramasjang rettet mod børn i alderen 3–12 år. Ifølge kanalchef Morten Skov Hansen er dette dog et meget stort spænd, hvilket var en udfordring for kanalens profil (Interview med Morten Skov Hansen, 8/2 2016). I 2013 blev kanalen reprofileret, så dens målgruppe blev de 3–6 årige. På DR Ramasjang sendes både nye egenproduktioner, programmer fra DRs omfattende arkiv samt indkøbte programmer.

DR3: I dansk såvel som i internationalt perspektiv, og for både private og public service-medier, er de unge en vanskelig målgruppe at nå med det lineære tv-medie, og baggrunden for DR3s tilblivelse er konkurrencen om de yngre seere. DR3 er målrettet den yngre del af målgruppen på 15–39 år. I modsætning til DR HD sender DR3 egenproduktioner, men DR3 trækker også på DR HDs arkiv. DR3s profil er præget af at være eksperimenterende og grænsesøgende.

DR Ultra: Da DR Ramasjang i 2013 blev målrettet de yngste børn, blev DR Ultra oprettet for de 7–12 årige. Kanalen har den vanskelige opgave at sende lineært tv til en målgruppe, der i stigende grad forlader det traditionelle tv-medie. DR Ultra findes også som både app og YouTube-kanal. I efteråret 2016 blev det annonceret, at DR forventer at lukke DR Ultra som lineær kanal i 2020, netop grundet målgruppens ændrede mediebrug (Reseke og Steen 2016).

²³Som eksempler på dette indhold kan nævnes et stort antal dokumentarer om rovdyr, togulykker og nedbrydning af bygninger – alle at finde i programplanen for uge 46 i 2010 (jf. bilag 7). Denne tolkning understøttes i øvrigt af DRs interne mediestrategi, der rummer en opgørelse for DR HDs share for den samlede befolkning og for segmentet 'de moderne individorienterede mænd' (DR 2010, 11). Dette segment opereres med i Kantar Gallups segmentkompass, som er et segmentværktøj, der på baggrund af holdningsspørgsmål benyttes til at segmentere befolkningens indstilling i forhold til værdier, adfærd, forbrugsmønstre mv. På sin hjemmeside beskriver Kantar Gallup selv de moderne individorienterede som typisk værende unge mellem 20 og 39 år, primært mænd, der interesserer sig for ny teknologi, er karrierelystne, har en højere indkomst og gerne stemmer på Venstre eller Det Konservative Folkeparti (Kantar Gallup u.å., tilgået d. 2/6 2018).

4.3.2 Fire faktorer som baggrund for kanalporteføljens udformning



Figur 4.2: Oversigt over udviklingen af DRs tv-kanalportefølje i årene 1996–2014.

Figur 4.2 beskriver den overordnede udvikling af DRs kanalportefølje i perioden 1996–2015 samt intentionen bag forandringerne. Der er naturligvis en række faktorer, der har spillet ind på udviklingen af tv-markedet, men som det fremgår af figuren, har det alle år været af afgørende betydning for DR at stå godt i konkurrencen om seerne. I 1996 gjaldt det i særdeleshed konkurrencen med TV 2. Ønsket var at udvide den samlede kanalkapacitet for at aflaste DR1, der bød på en abrupt programflade, som kostede DR seere, idet målgruppen reelt blev skiftet ud ved hvert nyt program (Nissen 2007, 46–47). Som allerede beskrevet har tv-markedet som helhed været præget af et voksende kanaludbud, hvor tv-selskaberne alle har lanceret flere (segmenterede) tv-kanaler. Denne udvikling har haft sin indvirkning på DR i form af en opfattelse af, at hvis ikke DR tilsvarende oprettede flere (profilerede) kanaler, ville public service-institutionen stå dårligere i konkurrencen, miste seere og risikere at blive et nichemedie for de få (Interview med Lars Grarup, 18/4 2016). Derfor ønskede DR, ved kanalporteføljens udvidelse i 2009, at kunne segmentere sit indhold i lighed med markedets øvrige aktører. Ved kanalporteføljens omlægning i 2012–2014 var det særligt konkurrencen med internationale aktører og nye streaming-tjenester om de yngre seere, der gjorde sig gældende for udformningen af porteføljens kanalprofiler (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016).

Det fremgår ligeledes af figur 4.2, at den teknologiske udvikling har været en medvirkende faktor til forandringerne af DRs tv-kanalportefølje, idet teknologi både har muliggjort og været befordrende for udviklingen af nye kanaler og tjenester. I første omgang kan fremvæksten af nye tv-kanaler på det globale marked tilskrives satellit- og kabelteknologien (Light 2004; Johnson 2012; 2013a). Mens DR1 i 1996 blev sendt på det analoge sendenet, måtte DR2 grundet frekvensknaphed sendes via satellit. Først i 2006, med åbningen af det jordbaserede, digitale sendenet, kunne DR2 modtages overalt i Danmark. Da man 1. november 2009 overgik fra det analoge til det digitale sendenet i Danmark, gav den digitale tv-teknologi plads til flere kanaler, og i denne anledning blev det muligt for DR at lancere tre nye kanaler. I 2012 blev der igen mere plads på sendenet, da man overgik fra at sende i MPEG2- til MPEG4-standard, idet tv-signalet blev mere komprimeret (“Overgang til MPEG4: Slots- og Kulturstyrelsen” u.å., tilgået 16/12 2016). Denne udvikling afstedkom ikke, at DR fik flere tv-kanaler, men billedkvaliteten på de eksisterende kanaler blev forbedret. Derudover har teknologien, som nævnt ovenfor, spillet ind i forhold til enkelte kanaler i DRs portefølje, nemlig kanalerne DR Update, der til at begynde med var en net-kanal, og DR HD, der blev etableret med det formål at fremme *high definition*-teknologiens udbredelse i Danmark. Endelig kommer også, at teknologien har muliggjort, at DRs tv-indhold kan tilgås online som live-streaming og on demand.

Foruden konkurrence og teknologi vil jeg fremhæve økonomi og politik som værende vigtige faktorer for udviklingen og udformningen af DRs tv-kanalportefølje. Dette skal ses som

konsekvens af, at DR som public service-medieinstitution er underlagt omfattende regulering (jf. kapitel 3). Som licensfinansieret, offentlig institution skal DR ikke fungere på markedsvilkår, men økonomien er alligevel en central faktor i kanalporteføljens udviklingshistorie. Grundet den teknologiske udvikling er det blevet billigere at etablere og drive en tv-kanal, hvorfor det har været muligt for DR, over en periode på 14 år, at øge antallet af kanaler fra én til seks. Økonomien har dog også fungeret som begrænsning for udformningen af kanalerne. Allerede da DR2 var i støbeskeen som ny kanal, blev det meddelt af Folketinget, at der ikke fulgte yderligere finansiering med tilladelsen til at etablere den nye kanal (Nissen 2007, 43). DR måtte derfor finde en løsning, hvor to kanaler kunne drives for de midler, der hidtil kun havde været benyttet til én. Heller ikke ved kanalporteføljens udvidelse i 2009, da DR gik fra tre til seks kanaler, fulgte en tilsvarende øget licensindtægt med. En konsekvens heraf har været en relativt stor andel af genudsendelser og indkøbte udenlandske programmer, hvilket jeg vil uddybe i kapitel 5.

Skønt DR har status af en selvstændig offentlig institution, har det været en politisk beslutning, om der har skullet gives tilladelse til, at DR i perioden 1996–2014 har udvidet og omlagt sin kanalportefølje. At DR netop har fået lov til søsætte flere nye kanaler og reprofilere de eksisterende, kan ses som udtryk for, at der fra politisk side dels har været en velvilje over for institutionen i disse år, dels har været opbakning til DRs opfattelse af, at disse handlinger har kunnet styrke public service-institutionens tv-virksomhed og i sidste ende gavne befolkningen.

Når disse fire faktorer er fremhævet, er det for at pointere, at udviklingen og profileringen af DRs tv-kanaler og kanalportefølje ikke udelukkende er strategisk funderet, men bør ses som udtryk for en specifik historisk tilblivelsesproces, hvor flere eksterne faktorer har virket ind.

4.4 Kanalporteføljens udvikling

I perioden 1996–2015 er det ikke blot de enkelte kanalprofiler, der er blevet ændret. Også ambitionen om, hvad den samlede portefølje skal kunne, har udviklet sig. I dette afsnit undersøger jeg, hvad intentionen med den samlede kanalportefølje har været i 1996, i 2009 og i 2012–2014. Afsnittet belyser, hvad jeg netop slog fast om porteføljens tilblivelses- og udviklingsproces: At den er influeret af konkurrencen med markedet øvrige aktører, et resultat af politiske forhandlinger, udtryk for DRs forpligtelser som public service-institution og til tider præget af en grad af tilfældighed i form af specifikke aktører og aktuelle dagsordener på den politiske og samfundsmæssige scene.

4.4.1 Fra en til to kanaler: aflastningsstrategi

Hvor både BBC, svenske SVT og finske YLE havde udvidet deres kanalporteføljer allerede i 1960'erne, blev DR2 som beskrevet ikke lanceret før 1996. Samme år oprettede norske NRK ligeledes sin anden tv-kanal. Ytreberg (2002, 289) beskriver, hvordan SVT2 og YLE TV2 bestod af et blandet programudbud: "(...)both offering a full range of programmes from the informative to the entertaining, although with a clear privileging of the former". I modsætningen til dette betegner Ytreberg NRK2 og DR2 som "(...)supplementary to the existing and main channel" (ibid., 296), mens Syvertsen (1997, 105–106) ligefrem har kaldt NRK2 og DR2 for *problemløserne*. En tilsvarende betegnelse af tokanalsystemet som bestående af en hovedkanal og en supplementskanal findes i den redegørelse for overvejelser om den nye kanal, en projektgruppe nedsat af DRs direktion forfattede i november 1994. Blandt redegørelsens

argumenter for, at DR2 skal fungere som et supplement til DR1, er, at eftersom den nye kanal sendes via satellit, vil den kun kunne modtages af en del af befolkningen (Danmarks Radio 1994, 52). Ifølge Light (2004, 19–20) udfordres det fundamentale universalitetsprincip, når public service-tv-kanaler kun kan modtages via satellit eller kabel. Denne overvejelse afspejles i projektgruppens redegørelse, når det slås fast, at den nye kanal skal være: ”(...)et supplerende tilbud som kan udgøre starten på DR TV’s 2. kanal”, indtil digitaliseringen gør det muligt at sende kanalen på det digitale, jordbaserede sendenet (Danmarks Radio 1994, 52).

Christian Nissen, der var generaldirektør i DR i perioden 1994–2004 skriver om forløbet med at etablere DR2, at flere modeller var i spil for opgavefordelingen mellem de to tv-kanaler (Nissen 2007). Hovedproblemstillingen var, at DR mistede mange seere til TV 2 efter dennes lancering, og en af udfordringerne for DR1 var den meget blandede programflade. Derfor lød et forslag, at de smalle programmer kunne placeres på en supplementskanal, mens man betjente de brede fællesskaber på hovedkanalen – og derved sikrede et mere stabilt seertal aftenen igennem (ibid., 47). DR2 skulle så at sige aflaste DR1, således at DR1 kunne konkurrere på mere lige vilkår med TV 2. I en anden model var grundtanken, at de to kanaler skulle sende komplementært, således at der, når der eksempelvis var dokumentar på den ene kanal, blev sendt underholdning på den anden, at der altid kunne vælges en dansk udsendelse, og at der blev plads til smalle programmer i prime time. På denne måde kunne seernes valgmulighed styrkes *inden for* DRs tv-kanalportefølje (ibid., 47–51. Se også Danmarks Radio 1994, 50). Endelig skulle de to kanaler, ifølge en tredje model, profileres som henholdsvis en bred national kanal og en smallere regional kanal, hvor den førstnævnte i prime time kunne fokusere på børn, unge og familier, mens kanalen med den regionale profilering kunne sigte mod at betjene det ældre publikum (Danmarks Radio 1994, 54). Dette er igen udtryk for en aflastningstanke.

Wilhelm (1998a, 15) beskriver, hvordan man med BBC som forbillede i sidste ende valgte at profilere DR1 og DR2 som henholdsvis *vores kanal* og *min kanal*. Jeg mener, at man med god ret kan argumentere for, at disse kanalprofiler i høj grad bar præg af, at DR2 fungerede som en form for aflastning af DR1. Ved at give DR2 identiteten *min kanal* og placere blandt andet ungdoms-, videnskabs-, og kunstprogrammer på kanalen, skabtes plads på DR1 til de bredt appellerende programmer²⁴. Men ifølge Lars Grarup var DR2s profil en vanskelig blanding af eksperimenterende formater, satire, historiske programmer, særlige temaaftener og tros- og eksistensstof, der gjorde kanalprofilen uklar (Interview med Lars Grarup, 18/4 2016). Dette tyder på, at profileringen af DRs to kanaler i 1996 tog udgangspunkt i et stærkt DR1. Modellen sikrede, at DR1 stod bedre i konkurrencen med markedets andre aktører, mens DR2s profil blev mere vilkårlig.

4.4.2 Fra tre til seks kanaler: et spørgsmål om konkurrence og kapacitet

Af DRs public service-kontrakt for 2007–2010 fremgår, at det oprindeligt var hensigten, at DRs kanalportefølje skulle udvides med en enkelt kanal i tillæg til de tre kanaler, DR på daværende tidspunkt husede, DR1, DR2 og DR Update: ”DR skal i kontraktperioden etablere en digital kombineret public service børne/historie-tv-kanal” (”DRs public service-kontrakt for 2007–2010” 2006, 7). Ifølge Lars Grarup lå det ikke i kortene, at DR skulle have mere end én kanal stillet til rådighed i forbindelse med omstillingen af sendenet: ”(...)fordi der allerede på det tidspunkt var den store David og Goliat-diskussion om, at DR får for meget(...),

²⁴Wilhelm (1998b, 52) har den interessante pointe, at programmer bliver smalle, når de behandles som sådanne, og at programmer som eksempelvis filmmagasinet *Bogart* mistede en stor andel af sine seere, og dermed blev gjort smalt, ved at blive flyttet fra DR1 til DR2.

hvilket gjorde det svært politisk at sige, at vi skal have mere plads. De kommercielle lagde et meget, meget stort pres på DR på det tidspunkt” (Interview med Lars Grarup, 18/4 2016). Når DR selv ønskede at få stillet flere kanaler til rådighed, skyldtes det, ifølge DR Ks kanalchef Flemming Hedegaard Larsen, både konkurrencesituationen, og at seerne ændrede adfærd:

”Der var kamp om markedsandelene og seernes gunst. Og så kunne man se, hvordan seerne begyndte at opføre sig lidt anderledes: Kanalerne skulle være segmenterede og have et løfte som var klart for [seerne]. Det så man også internationalt. Og der var DR med to kanaler meget presset. Man skulle have alt ind på de kanaler: børn, kultur, historie, drama, videnskab”. (Interview med Flemming Hedegaard Larsen, 10/2 2016)

Som Flemming Hedegaard Larsen nævner, var markedet i slutningen af 00’erne præget af, at flertallet af tv-institutionerne havde et større antal kanaler i deres porteføljer. TV 2, DRs nærmeste konkurrent, husede fem tv-kanaler, mens DR blot rådede over tre.

Lars Grarup beskriver, hvordan han i årene frem mod lanceringen af de nye kanaler og DR Updates transformation fra online- til lineær tv-kanal argumenterede for nødvendigheden af et større antal kanaler over for de politiske aktører:

”Jeg begyndte at lave sådan lidt politisk lobby-arbejde, det vil sige at jeg begyndte at snakke med medieordførere på Christiansborg og sige: Prøv at høre her, vi bliver nødt til at sørge for, at der, når vi skal til at fordele de her frekvenser, at der bliver mulighed for, at DR får nogle flere kanaler. For ellers kommer vi til at stå i en situation, hvor vi simpelthen ikke har mulighed for at vise alt det her indhold til dem, vi gerne vil vise det for”.
(Interview med Lars Grarup, 18/4 2016)

Grarups argumentation går her på, at DR har et kapacitetsproblem i forhold til antallet af kanaler: DR har så meget indhold, at der ikke er tilstrækkelig plads på de eksisterende kanaler, hvorfor det er nødvendigt med tre nye kanaler. Et andet element i DRs argumentation for at få råderet over yderligere tre kanaler, var profileringen af kanalerne. Ifølge Light (2004) og Johnson (2013a) hører det, som tidligere beskrevet, med til fordelene ved at have tydelige kanalprofiler i en tv-kanalportefølje, at public service-institutionen sender et klart signal til både seere og politiske beslutningstagere om, hvordan den varetager sin opgave. At det blev en HD-kanal, en kulturkanal og en børnekanal, DR søgte om tilladelse til at lancere, skyldtes ikke blot, at DR ønskede at få mulighed for at sende kulturprogrammer i prime time, give børneindholdet bedre plads og havde erfaring med at drive den teknologiske udvikling fremad – skønt alt dette var af betydning. Kanalkonstellationen var, ifølge Grarup, et stærkt argument i de politiske forhandlinger:

”Du kan sige, at pakken var ultimativt god. Og så vidste vi måske godt, at på sigt ville de måske komme til at se lidt anderledes ud, de her kanaler. Men hvis vi først kunne få dem ind og få lagt hånd på dem, så kan vi altid omkalfatre dem på et senere tidspunkt”.
(Interview med Lars Grarup, 18/4 2016)

Det er værd at bemærke, at Grarup selv peger på, at man fra DRs side var klar over, at kanalernes profiler på sigt ville blive ændret. De foreslåede kanalprofiler var altså også et led i en strategisk ambition om at udvide kanalporteføljen for at stå bedre på markedet, og at kunne positionere sig med segmenterede kanaler, sådan som den generelle markedsudvikling bar præg af. Og her var public service-genrer som kulturstof og børneprogrammer et overbevisende argument for at få kanaludvidelsen vedtaget.

Ved kanalporteføljens udvidelse i 2009 var der altså flere agendaer i spil: at gøre DR konkurrencedygtig, at øge sendekapaciteten og at få mulighed for at sende mere indhold til specifikke, underservicerede målgrupper (børn og kulturinteresserede). Dette kan ses som en forklaring på, at porteføljen fremstod mere eller mindre tilfældig i sin sammensætning med en bred kanal (DR1), en smallere kanal, der dog sendte indhold inden for mange forskellige programtyper (DR2), en nyhedskanal (DR Update), en kanal henvendt til en specifik, men intern meget divers, aldersgruppe (DR Ramasjang), en kanal henvendt til en intersemæssigt funderet målgruppe (DR K) samt en kanal hvis præmis primært var teknologisk frem for indholdsmæssig (DR HD).

4.4.3 Reprofilering af kanalporteføljen: at nå de vanskelige målgrupper

Fire forhold lå til grund for, at DR reprofilerede sine tv-kanaler i perioden 2012–2014. For det første var de eksisterende kanalprofiler ifølge daværende mediedirektør Gitte Rabøl for ens: ”Man kunne flytte programmer, uden at blinke, fra den ene kanal til den anden” (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016). Derfor havde hun et ønske om, at profilerne i højere grad skulle komplementere hinanden (ibid.). For det andet var DR1, DR2, DR Update, DR K og til en vis grad også DR HD, i form af de sam- og genudsendte programmer, målrettet den samme aldersgruppe. For det tredje viste seertalsmålinger, at DR havde vanskeligt ved at nå de unge. For det fjerde skulle kanalporteføljen, ligesom ved DR2s oprettelse i 1996 og kanalporteføljens udvidelse i 2009, modsvare konkurrencemæssige udfordringer.

Første skridt i kanalporteføljens omlægning var, at DR1 blev styrket som hovedkanal i 2012. DR1 havde i en årrække mistet seere: Hvor kanalen i 2005 havde en share på 28%, var DR1s seerandele i 2011 faldet med over ni procentpoint til 18,8% (jf. tabel 4.1, afsnit 4.6.1). En af de måder, hvorpå man søgte at styrke DR1 som hovedkanal, var at udvide super prime time, altså tidsrummet mellem de to TV-Avis’er, hvor kanalen har flest seere. Derudover gælder, at DR1 har langt det største budget, og, hvilket jeg vil udfolde i afsnit 4.5.1, prioriteres som førstevælgeren i porteføljen.

Hvor det er fremgået af flere af mine interviews med medarbejdere i DR (eksempelvis med Steen Salomonsen og Christian Boye-Roed, begge 21/3 2016), at TV 2 anses for at være den vigtigste konkurrent for DR, har officielle udmeldinger fra DR gennem de senere år betonet konkurrencen fra store internationale aktører som Netflix, Facebook, Google og YouTube (eksempelvis DR 2015b, 6). I denne forbindelse italesættes DR1 som en kanal, der kan samle befolkningen om dansk indhold. Det er dog i særdeleshed børnenes og de unges mediebrug, der er under hastig forandring, og de forlader det lineære tv-medie med høj hast (DR 2015b; Rønn 2015; Slots- og Kulturstyrelsen 2016, 16–19). Som en del af kanalporteføljens omlægning blev DR3 lanceret for den yngre del af målgruppen og DR Ultra for de store børn, mens DR Ramasjang blev reprofileret, så den, som tidligere nævnt, blev rettet mod de yngste børn.

Disse tre kanalers tilstedeværelse i porteføljen kan ses som forsøgsvis svar på flere af DRs udfordringer: For det første er kanalerne danske public service-alternativer til de internationale konkurrenter. For det andet har de medvirket til, at DR adresserer flere målgrupper end den tidligere portefølje gjorde. For det tredje søger DR med disse segmenterede kanaler at nå de målgrupper, public service-institutionen (såvel som andre offentlige og private medieaktører) har vanskeligt ved at nå. Og det er vigtigt for DR at nå de yngre målgrupper. Ikke blot fordi public service-institutionen er forpligtet på at betjene de yngre målgrupper (i public service-kontrakterne fremhæves børn og unge som en målgruppe af særlig betydning (se eksempelvis ”DRs public service-kontrakt for 2015–2018” 2014, 7–8)), men fordi DR har en interesse i at gøre børnene og de unge til brugere af dens tilbud ud fra en længere tidsho-

risont. Ifølge Peter Rosberg, chef for plan og indkøb i DR, er det usikkert, om dem, der ikke gør brug af DRs (eller tilsvarende nationale public service-institutioners) tilbud mens de er børn, vil benytte dem som unge og voksne (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Derfor har DR som ambition at tiltrække allerede de yngste børn, så de bliver fortrolige med DRs indhold og – forhåbentlig – vedbliver at gøre brug af institutionens tilbud.

De to resterende kanaler i porteføljen, DR2 og DR K, kan ses som eksempler på, at Gitte Rabøl ønskede at give kanalerne skarpere profiler: DR K fastholdt sin funktion som kultur-, historie- og kunstkanal, mens DR2 fik skærpet sin profil som samfundskanal. Siden kanalomlægningen har DR2s og DR Ks profiler tjent en dobbelt funktion: Dels søger DR med de to kanaler, på lige fod med markedets andre aktører, at betjene seerne med målrettede tilbud, dels kommunikerer disse to kanaler meget tydeligt til omverdenen, at DR varetager en unik opgave på markedet som public service-institution. DR2s og DR Ks profiler er unikke i det danske tv-landskab, idet disse kanaler rendyrker indhold, der ikke tilbydes af andre danske tv-stationer.

Hvor porteføljens kanalprofiler efter omlægningen på den ene side kan siges at pege i noget forskellige retninger (idet nogle kanaler er segmenteret ud fra alder, mens andre er profileret ud fra interesseområder), og især DR2s meget skarpe profil er en udfordring for DR, kan den på den anden side siges at imødekomme de ønsker, Gitte Rabøl havde til omlægningen: Profilerne er mere distinkte, kanalerne adresserer forskellige målgrupper, og DR3 har bedre berøring med de unge end DR HD havde. Konkurrencen fra de internationale aktører og nye platforme er en del af en vedvarende udvikling, som ikke har ladet sig løse af to målrettede børnekanaler. I efteråret 2016 bekendtgjorde DR da også, at man forventer at lukke DR Ultra som lineær tv-kanal i 2020, for derefter at drive et rent online-univers (Reseke og Steen 2016).

4.5 Samspillet mellem DRs tv-kanalprofiler

Samtlige af DRs tv-kanaler har gennem den belyste periode indtaget forskellige funktioner i kanalporteføljen. Hver især har de haft en defineret opgave som bred eller specialiseret kanal, med et specifikt tematisk indhold eller for en særlig målgruppe. Denne struktur bevirker, at hvor public service-opgaven frem til 1996 udelukkende skulle løftes af DR1, varetages den nu af DRs samlede tv-kanalportefølje. Dette stiller krav om, at kanalerne spiller sammen og ikke drives som isolerede enheder. I dette afsnit vil jeg belyse fire aspekter af samspillet mellem kanalprofilerne i DRs portefølje anno 2015: Først uddyber jeg, hvad der ligger bag DR1s betegnelse som hovedkanal og giver mit bud på, hvad de resterende kanaler i porteføljen kan italesættes som. Dernæst gør jeg rede for DRs hensigt med at lade kanalernes profiler overlappe og for rationalet bag programmigrationer og genudsendelser på tværs af porteføljen. Endelig introducerer jeg betydningen af komplementaritet i programfladen, som jeg vil beskæftige mig med analytisk i kapitel 6²⁵.

²⁵Når jeg kun analyserer kanalporteføljens samspil i 2015, og ikke i 2005 og 2010, skal det ses som konsekvens af, at analysens resultater i vid udstrækning er baseret på den viden, jeg hentede fra interviews med medarbejdere i DR. Som det fremgik af kapitel 2, omhandlede disse interviews primært den aktuelle kanalportefølje, eftersom flere medarbejdere ikke besad en tilsvarende viden om 2005 og 2010, fordi de ikke havde været ansat i DR, eller havde været et andet sted i organisationen, på daværende tidspunkt.

4.5.1 Hovedkanalen og porteføljekanalerne

Af både interviews og dokumenter fra DR fremgår, at DR1 fungerer som hovedkanal i porteføljen: Den skal nå ud til hele befolkningen med et bredt udbud af programmer af høj kvalitet og være samlende og oplysende (jf. interviewet med Henriette Marienlund, 10/2 2016). En konsekvens heraf er, som nævnt, at DR1 råder over det største budget blandt DRs tv-kanaler. Af DRs public service-redegørelse for 2015 fremgår, at budgettet for DR1 er omtrent tre gange så stort som budgettet for DR2, der er kanalen med det næststørste budget, og mere end 15 gange så stort som budgettet for DR Ramasjang, kanalen med det mindste budget (DR 2016a, 52)²⁶. Ifølge Henrik Birck, planredaktionschef i DR, kommer der fra tid til anden forslag om, at man beskærer DR1s budget med henblik på at styrke de andre kanaler i porteføljen. Men det ville ifølge ham være en forkert beslutning:

”DR1 er lokomotivet, som trækker de andre kanaler med sig. Det er derfor, det er så sindssygt vigtigt at have en stærk hovedkanal. Tanken om at vi reducerede DR1s budget med 30% og fordelte det ud på de små kanaler for at have en stærkere portefølje, er helt forkert. Det ville være det største selvmål”. (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016)

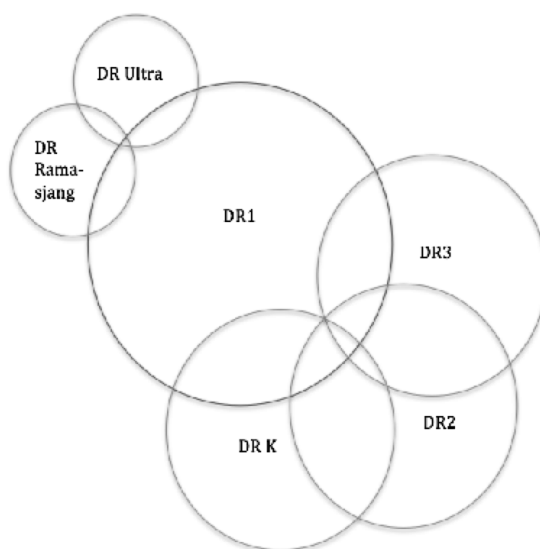
Ifølge Peter Rosberg kan hovedkanalens større budget ses i form af, at produktionskvaliteten er tydeligt højere på DR1, end på de andre kanaler: ”Der skal noget mere pynt på, der skal nogle flere timer i det. Man forventer bare en anden produktionskvalitet, når man er på hovedkanalen” (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Derudover er DR1, ifølge Rosberg, en klar hovedkanal i rollefordelingen mellem kanalerne: ”(. . .)DR1 er førstevælgeren, dér hvor de fleste ressourcer er. Også i vores måde at tilgå det på: Vi bøjer os på de andre kanaler, når DR1 skal et eller andet, for det er der, vi får den største gennemslagskraft” (ibid.). En del af denne prioritering mellem kanalerne er, at programmer kan flyttes fra de andre kanaler til DR1. Ifølge Rosberg sker dette eksempelvis, hvis en sag viser sig at få mere opmærksomhed end forventet, eller fordi programmerne viser sig meget succesfulde. At DR1 har flere seere end de andre kanaler, bliver altså en selvforstærkende effekt: Når populære eller vigtige programmer placeres på DR1, for at sikre at de når bredt ud, flyttes seerne *fra* de andre kanaler *til* DR1. Sat på spidsen kan man sige, at DR1 kannibaliserer på de andre kanaler i porteføljen, men at dette accepteres af DR for at opretholde en stærk hovedkanal.

Mens DR1 italesættes som DRs hovedkanal (se eksempelvis DR 2015a, 12), fremgik af mine interviews med kanalcheferne og mediedirektør Gitte Rabøl, at der hersker uklarhed om, hvilken betegnelse der egner sig for DRs øvrige kanaler. I denne afhandling benytter jeg betegnelsen *porteføljekanaler* om kanalerne DR2, DR3, DR HD, DR Update, DR K, DR Ultra og DR Ramasjang. En pointe ved dette ordvalg er, at disse syv kanaler, ud over at være selvstændige kanaler, indtager (eller har indtaget) forskellige roller i DRs samlede kanalportefølje, ligesom hovedkanalen DR1 gør. Porteføljekanalerne er alle henvendt til specifikke seersegmenter, der af DR er vurderet vigtige at servicere ud fra parametre som konkurrence og institutionens generelle og specifikke public service-forpligtelser. Valget af porteføljebetegnelsen skal ses i forlængelse af den pointe (som jeg vil uddybe i kapitel 5), at hvor opgaven med at formidle et alsidigt og mangfoldigt programudbud tidligere blev varetaget af en enkelt kanal med en blandet programflade, løses den nu på tværs af den samlede portefølje.

²⁶En sammenligning med kanalernes budgetter i 2005 eller 2010 har ikke været mulig, da den type opgørelser ikke indgår i public service-redegørelserne før 2013.

4.5.2 Kanalprofilernes overlap

For tv-kanalerne i DRs portefølje gælder, at mens de hver har en specifik identitet, sikres det samtidig, at der er overlap mellem kanalernes profiler. Henrik Birck fortæller, at det er meget vigtigt, at kanalprofilerne er så tilpas brede, at de overlapper hinanden, mens Peter Rosberg udtrykker det således, at kanalerne skal have et særkende, men ikke stå for langt fra hinanden (Interviews med Henrik Birck og Peter Rosberg, henholdsvis 18/3 og 6/4 2016). Som figur 4.3 illustrerer, har porteføljekanalerne hver især en del af sin profil (hvilket i praksis vil sige en andel af sine programmer), der er unik for lige præcis den kanal. Samtidig er der elementer, den enkelte porteføljekanal har tilfælles med hovedkanalen eller med en af de andre porteføljekanaler. Disse overlap er både helt konkrete i form af genudsendelser, der vises på en anden kanal end den hvor førstegangsudsendelsen fandt sted, men de skal også forstås som, at kanalernes programprofiler (genrer, fortællegreb mv.) og målgrupper overlapper.



Figur 4.3: Illustration af hvorledes profilerne for DRs tv-kanaler overlapper. De enkelte overlap på illustrationen er en tilnærmelse.

Som hovedkanal skal DR1 nå ud til alle målgrupper i befolkningen, og derfor skal den tale til både de seere, der hører til DR2s, DR3s og DR Ks målgrupper. Enkelte programmer rettet mod børnefamilierne afstedkommer også et mindre overlap mellem hovedkanalen og de to børnekanaler. Men når også porteføljekanalerne DR2 og DR K har noget til fælles, og DR2 og DR3 har overlap mellem profilerne, så skyldes det, at hvis kanalerne bliver for smalle, så isoleres seeren på den enkelte kanal. En konsekvens af dette ville ifølge Birck være, at DR samlet stod dårligere på markedet:

”Hvis du siger, at indholdet skal være helt unikt, og du trak en kanal helt ud, så ville kanalerne blive så ’nichede’, at det samlede hele klart ville blive mindre (...) Så hvis du gjorde profilerne så smalle, at et program kun ville kunne gå på én kanal, jamen så ville det samlet set blive for niche, og så ville vi ikke kunne opretholde en markedsandel på de der 34–35%” (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016).

Det er altså en vigtig pointe for DRs kanalportefølje, at man ønsker at have segmenterede kanaler, men at denne segmentering ikke skal være så skarp, at kanalprofilerne bliver decideret smalle. Bredden af den enkelte kanalprofil skal ses i sammenhæng med størrelsen på den samlede portefølje forstået således, at hvis DRs kanalprofiler bliver meget smalle, vil det kræve

et større antal kanaler at kunne dække alle målgrupper i befolkningen. Dette skal både ses ud fra et public service- og et konkurrencemæssigt perspektiv: Som public service-institution er DR forpligtet på at formidle indhold til den samlede befolkning, og det vil derfor være yderst problematisk, hvis enkelte (smalle) befolkningssegmenter betjenes, mens andre forsømmes. Konkurrencemæssigt gælder, at hvis kanalprofilerne bliver for smalle, mister DR de seere, der ikke finder noget af interesse inden for porteføljen, til konkurrerende kanaler. Og som det fremgår af ovenstående citat, har DR et ønske om at opnå en god position på markedet.

Ved at have overlappende kanalprofiler, hvor seerne adresseres af flere kanaler, øger DR også muligheden for at fastholde seerne inden for sin egen kanalportefølje. Og her er det især af betydning for DR, at alle målgrupper kan finde programmer af interesse på DR1, idet hovedkanalen fungerer som udstillingsvindue for de resterende tv-kanaler og DRs andre tilbud i form af trailere og programomtaler. Endelig har DR en økonomisk interesse i at sikre, at der er overlap mellem kanalprofilerne, eftersom overlappene giver mulighed for at flytte og genudsende programmer på tværs af porteføljens kanaler.

4.5.3 Programmigrationer og genudsendelser

Ifølge Henrik Birck er det oftest egenproduktionerne, der tegner den enkelte kanals profil, da disse er produceret specifikt til kanalen og dens seere (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016). Egenproduktionerne vil typisk opnå en gunstig placering i prime time, eftersom der er tale om dyre programmer, som DR derfor ønsker en god seertilslutning til²⁷. Derfor hører det til sjældenhederne, at en egenproduktion flyttes fra en kanal til en anden. Dog er det set, at programformater har migreret permanent fra DR2 og DR3 til DR1. De to porteføljekanaler kan i højere grad tillade sig at eksperimentere med formater end hovedkanalen, men programmer som *Spise med Price* (DR2), *Bonderøven* (DR2), *Gift ved første blik* (DR3) og *Klædt af* (DR3) har vist sig at være så store seersucceser, at man fra DRs side har valgt at flytte dem til hovedkanalen. Henriette Marienlund påpeger, at når et program flyttes fra DR2 eller DR3 til DR1, justeres eksekveringen af programmet, så det passer bedre til hovedkanalens brede målgruppeprofil. Dette kan eksempelvis være i form af de medvirkendes alder, som det er set med de to nævnte DR3-programmer (Interview med Henriette Marienlund, 10/2 2016).

For genudsendelse af programmer er situationen dog en anden. I de årlige public service-redegørelser argumenterer DR for, hvordan genudsendelser medvirker til en større grad af tilgængelighed, og her spiller genudsendelser *på tværs af kanalporteføljen* en væsentlig rolle (se eksempelvis DR 2011a, 17–19). Rationalet er, at flere seere kan få glæde af programmerne, hvis de genudsendes. Dette gælder dog kun de indkøbte programmer. Når et program som DR2s *Debatten* genudsendes, sker det altid på DR2, aldrig på eksempelvis DR3. Hertil har *Debatten* for udpræget DR2-profil²⁸. Derimod fortæller Birck om de indkøbte programmer, at der findes flere eksempler på programmer, der har været sendt på tre eller sågar samtlige fire af voksenkanalerne i DRs portefølje. Dette er netop et eksempel på, hvad jeg beskrev ovenfor, om at DR har en økonomisk interesse i, at den enkelte kanalprofil ikke bliver for smal: Det er en økonomisk nødvendighed for DR, at programmer kan genudsendes på tværs af kanalporteføljen, så man ikke er nødsaget til at indkøbe programmer til hver enkelt kanal, der kun kan sendes på denne ene kanal. Ved at have overlappende kanalprofiler, der muliggør genudsendelser på tværs af porteføljen, begrænses udgifter til indkøb i det samlede programudbud.

²⁷De egenproducerede programmer er dyre, fordi de produceres til en forholdsvis lille dansk-talende målgruppe og med begrænsede muligheder for videresalg.

²⁸Dette kan ses som udtryk for, at Gitte Rabøl har haft succes med at gøre kanalprofilerne mere distinkte efter porteføljens omlægning i 2012–2014 (jf. afsnit 4.4.3).

4.5.4 Komplementaritet

Ifølge de strategiske medarbejdere i DR er *komplementaritet* et centralt begreb i samspillet mellem kanalerne. For en public service-institution er pointen med at have en mangekanalportefølje, at man kan nå ud til flere seere med et bredt, alsidigt og mangfoldigt programudbud. I forlængelse heraf er det vigtigt, at kanalernes indhold komplementerer hinanden. I DR arbejdes med komplementariteten i mangekanalporteføljen ud fra to grundlæggende tilgange. Peter Rosberg beskriver, hvordan man eksempelvis i de 13 uger om året, hvor DR1 har sendt det musikalske underholdningsshow *X-factor* fredag aften, er meget opmærksom på at møde seerne med andre tilbud på de resterende kanaler i DRs portefølje: ”Der går vi ultra-komplementært, det vil sige spanske film, tyske film, franske film, små independent film” (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Andre gange er der tale om, at genrerne eller de æstetiske greb på de forskellige kanaler er komplementære, mens indholdet falder inden for samme tema:

”Vi kan sagtens være inden for samme tematik på de andre kanaler på samme tid, det skal bare være en anden vinkel. Det behøver ikke nødvendigvis være, at bare fordi der er en dokumentar på den ene kanal, så skal der være *Pretty Woman* på den anden. Man kan sagtens holde sig inden for samme emneområde, man belyser det bare på forskellige måder”. (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016)

I kapitel 6 analyserer jeg graden af komplementaritet i DR prime time-programflade i 2005, 2010 og 2015.

4.6 Seertallenes betydning og udvikling

I dette afsnit analyserer jeg seertallene for DRs tv-kanaler og samlede portefølje for årene 2005–2015, altså perioden som er hovedfokus for dette projekt. Formålet er at kaste lys over, hvilken betydning kanalporteføljens størrelse og profil har haft for seertilslutningen. Ifølge Henrik Birck kerer man sig om seertal i DR:

”Det er klart, at seertal er svære at ignorere, for de er jo udtryk for den gennemslagskraft, vi har i befolkningen. De er udtryk for, om de vil os derude, at de vil se os. Så så længe at de seertal kan opnås ved at gøre alle de ting, vi gerne vil gøre i forhold til at løse public service-opgaven, så er det jo selvfølgelig et parameter, man også skeler til, om det går godt eller skidt”. (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016)

For DR er det at opnå gode seertal betydningsfuldt af flere årsager. Først og fremmest er det et spørgsmål om at leve op til public service-opgaven: Hvis ikke befolkningen gør brug af DRs tilbud, kan DR ikke opfylde sine forpligtelser om at stimulere til offentlig debat, samle befolkningen om fælles oplevelser, styrke befolkningens viden om internationale forhold mv., sådan som DR er forpligtet på i henhold til public service-kontrakten (”DRs public service-kontrakt for 2015–2018” 2014, 3). Derudover gælder ifølge Nissen (2006, 25), at seertallene er af betydning i forhold til legitimeringen af public service-institutionernes finansiering gennem en licens: En kollektiv finansiering kan kun forsvares over for borgere og politikere, hvis et flertal i befolkningen gør brug af public service-tilbuddet. I sidste ende kan en manglende seertilslutning have den konsekvens, at der ikke er grund til at drive en public service-institution.

Seertal opgøres på forskellige måder, og dem, jeg her skal studere, er opgørelserne i share, dækning og mankodækning. Share er seertalsandele, altså en opgørelse over hvor stor en andel af dem, der har deres tv-apparat tændt, der ser en given kanal. Siden 2013 har sening af

tv-programmer på computere også været inkluderet i målingerne (Helles og Hjarvard 2014, 12). Share måles på daglig basis, og er interessante for DR, da de viser, hvordan institutionen klarer sig i forhold til de andre tv-udbydere i konkurrencen om de faktiske seere. Dæknings-tallene er en opgørelse over andelen af befolkningen, der ser DRs tv-programmer i et givent antal sammenhængende minutter inden for en given periode²⁹. Dækning opgøres både på daglig og ugentlig basis. De tal, jeg her vil belyse, er den ugentlige dækning, og kravet er, som hos Kantar Gallup, at der er set minimum 15 sammenhængende minutter³⁰. For en public service-institution er dækningstallet af større betydning end share-tallet. Peter Rosberg beskriver, hvordan dækning er et af de centrale parametre, DR vurderer sin succes på, da tallet indikerer, om befolkningen i sin helhed gør brug af DRs tilbud (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Også Nissen understreger betydningen af et højt dækningstal (reach er den engelske betegnelse for dækning):

”Reach is the most important quantitative success criterion for public broadcasters; for PSM [public service media] it is much more important than ”market share” (...) Public media must be in regular contact with all. PSM need to comply with their contractual role of being an important part of the forces sustaining and furthering social, political and cultural cohesion”. (Nissen 2006, 24–25)

Ifølge Nissen bliver et højt dækningstal kun mere nødvendigt, når brugerne tilbydes et stadigt større udbud (ibid., 25). Der er dog en sammenhæng mellem share- og dækningstallene, idet det er vanskeligt for en tv-kanal at opnå en høj share, hvis ikke kanalen generelt når ud til en stor andel af befolkningen.

Den tredje og sidste form for seertal, der skal analyseres i dette afsnit, er mankodækningen, hvilket angiver den procentuelle andel af befolkningen, der ser tv, men ikke gør brug af DRs tv-tilbud (se eksempelvis DR 2011a, 65). En stigende mankodækning er værre for DR end en faldende dækning, da et lavt dækningstal blot kan være tegn på, at det samlede tv-forbrug falder, mens mankoen viser udviklingen af aktive tv-seere, der fravælger DRs tilbud til fordel for andre kanaler. Efter at have belyst udviklingen inden for de tre former for seertalsopgørelser, vil jeg sammenstille seertallene med de tidligere beskrevne ændringer af DRs kanalportefølje i 2005–2015 og med seertallene for konkurrenterne på det danske tv-marked. Seertallene har jeg trukket fra Kantar Gallups TV-Meter, tilgæet via InfoSys+, og de opgøres alle i procent.

4.6.1 Share

Af Tabel 4.1 fremgår, at DR1s seerandele faldt fra 28,0% i 2005 til 18,8% i 2011, hvor kanalens share var på sit laveste. I 2012 blev DR1 styrket som hovedkanal, men skønt dette vendte den nedadgående udvikling for kanalens share, er det inden for perioden ikke lykkedes DR at få DR1s share tilbage til, hvad den var i 2005. Der er tilmed set et mindre fald fra 2014 til 2015. DR2s share har i den tiårige periode svinget mellem 4,1% og 4,7%, og efter et mindre fald i 2014, året hvor kanalen blev reprofileret, er DR2 i 2015 tilbage på 4,6% share, blot 0,1 procentpoint lavere end kanalens share i 2005. For både DR Update, DR HD, DR K og DR3 gælder, som det fremgår af tabellen, at kanalerne har oplevet en årlig stigning i share. Kun de to børnekanaler DR Ultra og DR Ramasjang har oplevet svingende share i deres henholdsvis tre og seks leveår. Den samlede share for alle DRs kanaler er, efter et fald fra 2005 til 2010,

²⁹Kantar Gallup måler seertal i aldersgruppen 3 år og opefter.

³⁰I 2010 skiftede DR praksis i sine public service-redegørelser og gik fra at måle dækningstallet baseret på 15 sammenhængende minutter til kun fem. Derved opnår DR et højere dækningstal i sine interne opgørelser.

steget igen mellem 2010 og 2015, således at den samlede share i 2015 var en anelse højere end den var i 2005.

	DR1	DR2	DR Update	DR K	DR HD	DR3	DR Ramasjang	DR Ultra	DR samlet
2005	28,0	4,7	-	-	-	-	-	-	32,7
2006	27,8	4,7	-	-	-	-	-	-	32,5
2007	26,5	4,6	-	-	-	-	-	-	31,1
2008	24,6	4,1	0,2*	-	-	-	-	-	28,9
2009	21,9	4,5	0,3	0,2*	0,2*	-	0,4*	-	27,5
2010	19,2	4,6	0,5	0,9	1,0	-	1,7	-	27,9
2011	18,8	4,3	0,7	1,1	1,4	-	2,1	-	28,4
2012	19,4	4,2	0,8	1,4	1,6	-	1,9	-	29,3
2013	20,3	4,6	0,1*	1,8	-	1,7**	1,8	0,9*	31,2
2014	22,5	4,3	-	2,0	-	2,0	1,9	1,1	33,8
2015	22,3	4,6	-	2,2	-	2,1	2,0	0,9	34,1

Tabel 4.1: *Share* for DRs tv-kanaler i perioden 2005–2015. *Kanalerne har ikke sendt hele året, hvilket influerer deres share. **I TV-Meter opgøres DR HD og DR3 som den samme kanal i 2013, hvorfor tallene ikke er til at adskille.

4.6.2 Dækning og mankodækning

Af Tabel 4.2 fremgår, at den samlede kanalporteføljes dækning faldt fra 2005 til 2007. Herefter stiger dækningen i årene, hvor først DR Update og dernæst DR HD, DR K og DR Ramasjang blev lanceret. Fra 2011 faldt den samlede dækning igen, bortset fra en beskedent stigning fra 2013 til 2014, perioden hvor kanalporteføljen blev reprofileret. Samme bevægelse med skiftevis fremgang og tilbagegang kan ses for DR1, som til trods for styrkelsen i 2012 har oplevet så markant et fald, at dens dækning i 2015 er på sit laveste i perioden. Om DR2 bør det bemærkes, at når kanalens dækning er steget med hele 6,2 procentpoint fra 2008 til 2009, så skyldes det, at DR2, med overgangen til det digitale sendenet i 2009, omsider kunne modtages af hele befolkningen. For porteføljekanalerne gælder, at kun DR K og DR3 de senere år har oplevet en fremgang, mens dækningstallet for DR Ramasjang har været faldende, og for DR2 og DR Ultra har været svingende. Både DR Update og DR HD oplevede en stigende dækning i befolkningen i den periode, de eksisterede.

Mankodækningen findes ved at se på forholdet mellem den samlede tv-dækning i Danmark og DRs dækning. Så hvis den samlede dækning er på 89,3% og DRs dækning er på 79,1%, så har DR en mankodækning på 10,2%, som var tilfældet i 2015. Ifølge DRs interne programstrategi for 2010 har analyser vist, at det reelt er en yderst begrænset andel af befolkningen, der slet ikke gør brug af DRs tilbud: "Den ugentlige manko (...) består ikke af de samme danskere uge for uge. Derimod er den ugentlige manko et resultat af en større gruppe på ca. 20 pct. af tv-seerne, der kun sjældent ser DR TV. De 20 pct. kan betragtes som marginalbrugere af DRs tv-tilbud" (DR 2009a, 37)³¹. Af tabel 4.2 fremgår, at DRs mankodækning steg fra 2006 frem til kanalporteføljens udvidelse i 2009, hvorefter den har været svingende.

³¹Betegnelsen DR TV i citatet refererer til DRs lineære tv-kanaler og ikke til DRs online-tv-tjeneste.

	DR1	DR2	DR Update	DR K	DR HD	DR3	DR Ramasjang	DR Ultra	DR samlet	Mankodækning
2005	81,4	29,0	-	-	-	-	-	-	82,7	8,3
2006	79,4	27,9	-	-	-	-	-	-	80,9	8,0
2007	75,8	27,8	-	-	-	-	-	-	77,5	11,3
2008	78,3	29,5	1,3*	-	-	-	-	-	79,8	11,4
2009	80,3	35,7	3,7	2,0*	1,5*	-	3,0*	-	82,6	10,9
2010	79,4	40,1	5,3	12,3	10,7	-	15,7	-	84,1	10,2
2011	78,0	38,9	7,3	13,5	15,1	-	17,1	-	83,7	10,6
2012	76,0	36,1	8,5	16,1	16,8	-	15,7	-	82,2	11,0
2013	71,7	34,4	1,4*	18,0	-	17,9**	12,4	7,4*	79,7	11,7
2014	72,4	32,1	-	19,1	-	19,9	11,4	8,6	80,3	10,0
2015	71,1	32,9	-	20,4	-	20,7	11,0	7,9	79,1	10,2

Tabel 4.2: Dækning og mankodækning for DRs tv-kanaler i perioden 2005–2015. (Kantar Gallups TV-Meter 2017). *Kanalene har ikke sendt hele året, hvilket influerer deres dækningstal. **I TV-Meter opgøres DR HD og DR3 som den samme kanal i 2013, hvorfor tallene ikke er til at adskille.

4.6.3 Seertallenes sammenhæng med kanalporteføljens ændringer

I en analyse af DRs seertal er det vigtigt at erindre, at der ikke er tale om et lukket kredsløb, inden for hvilket kanalerne afgiver og henter seere. Årsagerne til seertallenes udvikling er flerspektret, og kan overordnet siges at bestå af både teknologiske og konkurrencemæssige aspekter. En stadig større del af befolkningens tv-forbrug flytter over på mobile platforme og smart-tv: Ifølge DRs public service-redegørelse for 2015 har 19% af befolkningen hentet DR TV-app'en, og DR Ramasjangs app til de 3–6 årige benyttes ugentlig af 44% af målgruppen (DR 2016a, 12). Det er ikke teknisk muligt at måle forbruget af DRs indhold, når dette tilgås via en app, hvorfor der må siges at være et stadigt større mørketal som følge af mediebrugens udvikling. Så når DRs samlede dækningstal og dækningstallet for DR Ramasjang er faldende, mens det for DR Ultra er svingende, kan det muligvis tilskrives, at seerne flytter deres forbrug til andre, ikke-målbare, platforme.

Ud over begrænsninger i målemetoderne spiller den øgede konkurrence med både tv-kanaler, streaming-tjenester og sociale medier med stor sandsynlighed også ind på DRs faldende dækningstal og svingende mankodækning³². Seerne har fået mere indhold at vælge imellem, og det gælder også DRs egne kanaler. I den interne mediestrategi for 2010 angiver DR selv, at DR1s fald i seerandele kan skyldes, at de andre kanaler i porteføljen henter deres seere på hovedkanalen (DR 2010, 11–12). Derudover nævner strategien den pointe, at seerandele, som jo opgøres i procent, kan dække over et stabilt forbrug, men når den samlede seertid stiger, som den gjorde i årene frem til 2010 (se eksempelvis DR Medieforskning 2016, 8), så vil det eksempelvis resultere i en faldende share for DR1 (DR 2010, 10).

På baggrund af de to tabeller må det konstateres, at der ikke er en entydig sammenhæng mellem seertallenes udvikling og kanalporteføljens omlægninger. Ses på mankodækningen lykkedes det for DR at bremse en negativ udvikling med lanceringen af de nye kanaler i 2009 og 2010, men virkningen var kortvarig. Effekten af kanalomlægningen i 2012–2014 har ikke været entydig i forhold til mankodækningen, der har svinget. DR Ks share og dækning er stigende gennem perioden, mens det for de resterende kanaler er et broget billede, der tegner

³²Netflix og HBO Nordic blev introduceret på det danske marked i slutningen af 2012.

sig. For både DR1 og DR2 gælder, at deres share og dækning er svingende, men generelt er faldet gennem den tiårige periode. Med kun to fulde år i opgørelsen er det vanskeligt at konkludere på DR3 og DR Ultras udvikling, ligesom DR Ramasjang er en udfordring, i og med at kanalens målgruppe er blevet ændret, og der, som nævnt ovenfor, er udviklet en app med kanalens indhold. Det er derimod interessant at se, hvordan det for både DR Update og DR HD gjaldt, at deres share og dækning steg i de år, de to kanaler eksisterede. Men hvor DR Updates share i 2012 var 0,8%, havde den konkurrerende TV 2 News en share på 3,4% (Kantar Gallups TV-Meter 2017). DR Update nåede således ikke at blive en reel konkurrent til positionen som befolkningens foretrukne nyhedskanal³³. For DR HD gælder, at kanalen ifølge DR3s kanalchef Irene Strøyer nåede ud til sin målgruppe med tilfredsstillende seertal, men at indholdet ikke var "optimalt", hvorfor DR HD blev erstattet af DR3 (Interview med Irene Strøyer, 5/2 2016).

Ud fra DRs samlede share tyder det på, at det har været en fordel for public service-institutionen at udvide og reprofilere kanalporteføljen. I 2015 stod DR1 og DR2 for 26,9% af den samlede share, mens de nye porteføljekanaler samlet bidrog med 7,2%. Af de nye porteføljekanaler var DR K kanalen med den højeste share, idet DR Ks share i 2015 var 2,2%. Således er den tredjestørste af DRs kanaler, målt på share, ikke engang halvt så stor som DRs næststørste kanal DR2. Det er altså begrænset, hvad porteføljekanalerne enkeltvis bidrager med af seerandele. I realiteten er det ikke til at sige, hvorledes DR1s, DR2s og den samlede kanalporteføljes share og dækning ville se ud uden de nye kanalers tilkomst. Som påpeget ovenfor, kan kanalerne også tænkes at kannibalisere på hinanden inden for porteføljen. Dog gælder, at skønt DRs samlede share kun er 1,4% højere i 2015 end i 2005, er et tab af seerandele undgået inden for porteføljen. Det samlede dækningstal kan tolkes således, at de nye kanalers tilkomst og udbredelsen af DR2 havde positiv indvirkning i 2008–2010. Derefter er det samlede dækningstal generelt faldet. Som nævnt kan (en del af) dette fald muligvis tilskrives, at målemetoderne ikke favner den ændrede mediebrug.

4.6.4 En sammenligning mellem DRs og konkurrenternes seertal

Som jeg citerede Henrik Birck for i afsnit 4.5.1, er DR1 lokomotivet i kanalporteføljen, der trækker de andre kanaler med sig (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016). Dette billede fremgår også af de ovenstående tabeller. Både når det gælder share og dækningstal, ligger DR1 markant højere end porteføljekanalerne, og det er altså i høj grad på grund af hovedkanalen, DR samlet kan opnå så høje seertal. Det er dog ikke kun i DRs egen portefølje, DR1 indtager en dominerende position. Siden TV 2s lancering har de to hovedkanaler DR1 og TV 2 ligget i skarp konkurrence om den højeste share, en konkurrence TV 2 ofte vinder, hvis man ser på tallene for hele døgnet (TNS Gallup 2016, 15)³⁴. Hvor DR1s share i 2015 var på 22,3%, lå TV 2s på 23,5%. Disse to kanaler er dog unikke på det danske marked, set i forhold til seertal. Den tredjestørste kanal på det danske marked, vurderet i forhold til share, er TV3, som i 2015 opnåede en share på 4,7%, altså blot 0,1% mere end DR2, jf. tabel 4.1 (Kantar Gallups TV-Meter 2017). Kanal 5s share var i 2015 3,7%, og således lå både DR2, TV 2 News og TV 2 Charlie, med henholdsvis 4,6%, 3,9% og 3,8% højere målt på seerandele (ibid.). En ganske betragtelig andel af de kommercielle kanaler opnåede i 2015 en share på under én procent. DR1 og TV 2 dominerer altså det danske tv-marked, og der er en bred margen ned til de resterende kanaler målt ud fra share. Samme billede tegner sig, hvis kanalernes ugentlige

³³Gitte Rabøl og Lars Grarup beskriver begge DR Updates udfordring som værende et spørgsmål om manglende ressourcer (Interviews med Gitte Rabøl og Lars Grarup, henholdsvis 18/2 og 18/4 2016).

³⁴I tidsrummet 17.00-24.00 har det i 2013, 2014 og 2015 været DR1, der har opnået den højeste share (TNS Gallup 2016, 16).

dækning sammenlignes: I forhold til dækning var DR1 i 2015 den største kanal med 70,9%, mens TV 2 indtog positionen som den næststørste kanal med en dækning på 66,3%. DR2 blev den tredjestørste kanal med en dækning på 32,9%, mens TV3 lå på fjerdepladsen med 29,2% og Kanal 5 lå som nummer fem med en dækning på 22,8% (ibid.).

Ved en sådan sammenligning fremkommer den pointe, at når de senest tilkomne kanaler i DRs portefølje, DR K, DR Ramasjang, DR3 og DR Ultra, i 2015 opnåede share-tal på mellem 2,2% og 0,9%, så er der naturligvis langt op til DR1s 22,3%, men der er ikke tale om meget små kanaler sammenlignet med markedets øvrige aktører. Eksempelvis var DR Ramasjang med sin 2,0% share den største børnekanal på det danske marked i 2015, idet Disney Channel opnåede 0,8%, Cartoon og Nickelodeon 0,5% og Boomerang fik en share på 0,3% (ibid.). For de fleste kanaler på det danske marked er det altså seertalsandele i denne relativt beskedne størrelsesorden, der kæmpes om.

4.7 Opsamling

I dette kapitel har jeg belyst, hvad baggrunden for oprettelsen og profileringen af de enkelte kanaler i DRs tv-kanalportefølje har været, og hvilken ambition DR har haft med sin samlede kanalportefølje i perioden 1996–2015. Det har været en central pointe, at forandringerne i DRs tv-kanalportefølje afspejler de generelle tendenser på markedet, hvor et større antal kanaler og platforme har betydet en øget konkurrence, og at den enkelte kanal – for at stå bedre i konkurrencen – har fået en skarpere profil. Kapitlet har demonstreret, at en tv-kanalportefølje ikke blot skal ses som den enkelte medieinstitutions indholdsmæssige tilbud til seerne, men som en aktiv strategi i forhold til seermønstre og det samlede udbud på det nationale og internationale marked. Det er fremgået af kapitlet, at både teknologiske, politiske og økonomiske forhold har haft en betydelig indvirkning på udformningen af DRs tv-kanalportefølje, men at også enkeltaktører (konkret de to tidligere mediedirektører Lars Grarup og Gitte Rabøl) har spillet en vigtig rolle for porteføljens omfang og profil.

Afslutningsvis har jeg sammenholdt porteføljens udvikling med DRs seertal opgjort i share, dækning og mankodækning i 2005–2015. Jeg har kunnet konstatere, at DRs kanaler står stærkt i konkurrencen på det danske marked, men at det er vanskeligt at konkludere noget entydigt om sammenhængen mellem seertallene og porteføljens udvikling, ikke mindst fordi det er nødvendigt at tage højde for den ændrede mediebrug, hvor en del af seeringen ikke kan måles.

Det alsidige og mangfoldige programudbud

I en undersøgelse af, hvorledes public service-institutionen DR omstiller sin tv-virksomhed fra få til mange kanaler, er selve programudbuddet blandt de mest synlige dele af denne udvikling. Som Søndergaard skriver:

”Den konkrete udformning af programfladen er (...) udtryk for, hvordan public service-principperne *omsættes* i programvirksomhed, og den har derfor helt umiddelbar betydning, når man vil undersøge, hvordan målsætningerne bag public service-principperne føres ud i livet”.(Søndergaard 1994, 18, forfatterens fremhævelse)

Derfor vil jeg i dette kapitel analysere udviklingen i DRs programudbud på de lineære tv-kanaler i perioden 2005–2015 på baggrund af nedslag i årene 2005, 2010 og 2015. Hensigten med denne undersøgelse er at vurdere, hvilke konsekvenser kanalporteføljens udvikling og omlægning har haft for programudbuddet på tværs af kanalporteføljen såvel som for hovedkanalen DR1.

Som jeg beskrev i kapitel 4, er DR fra 2005 til 2015 gået fra at varetage sine public service-forpligtelser på to kanaler, til at opgaven løftes af en portefølje bestående af seks tv-kanaler. Denne forandring i kanalporteføljen har haft tre overordnede konsekvenser for programudbuddet: For det første er det samlede udbud blevet større, idet der fra 2005 til 2015 er tale om en firedobling af DRs sendetimer. For det andet skal udbuddet tilpasses konkrete kanalprofiler, og det har naturligvis betydning for udbuddet, hvilke profiler der indgår i kanalporteføljen. For det tredje har DR1 afgivet programtyper til porteføljekanalerne – tydeligst eksemplificeret med børneindholdet, der nu er placeret på målrettede børnekanaler. Dette påvirker selvsagt hovedkanalens programudbud. Samtidig betyder denne porteføljestruktur, at DR inden for kanalporteføljen søger at favne to discipliner, der er fundamentalt modsatrettede: Dels skal de segmenterede kanaler bedst muligt betjene forskellige målgrupper som en del af en generel medieudvikling, hvor det individualiserede tilbud efterspørges. Dels skal hovedkanalen i et offentlighedsteoretisk perspektiv stadig søge at facilitere en fælles samtale i befolkningen. Måden hvorpå DR søger at forene disse to former for public service-virksomhed, strategisk såvel som i praksis, har betydning for det samlede programudbud og for seernes møde med udbuddet.

Helt fra DR blev grundlagt, har *alsidighed* været et centralt begreb i reguleringen af institutionens programudbud. Senere er også ordet *mangfoldighed* blevet en del af kravet til

DRs programudbud³⁵. Diskussionen om, hvorledes DR varetager sin alsidighedsforpligtelse, er et gennemgående perspektiv i projektets undersøgelse af, hvilke konsekvenser det har haft for DRs public service-tv-virksomhed at overgå fra en tokanal- til en mangekanalportefølje og en streaming-tjeneste. Seerens oplevelse af DRs programudbud som alsidigt og mangfoldigt vil naturligvis tage sig forskelligt ud, alt efter om DR sender sit indhold på en, to eller seks tv-kanaler, og det er vigtigt at skelne mellem alsidighed og mangfoldighed i et samlede udbud og på den enkelte (segmenterede) kanal. Derfor vil jeg i dette kapitel sondre mellem den alsidighed, der opnås internt/vertikalt på den enkelte kanal, og den alsidighed der opnås eksternt/horisontalt på tværs af en kanalportefølje. I forlængelse af denne teoretiske sontring vil jeg diskutere, hvorledes karakteren af alsidighed og mangfoldighed i DRs programudbud har ændret sig med kanalporteføljens udvikling.

Kapitlet er udformet således, at jeg indledningsvis introducerer alsidighedsbegrebet og dets betydning for public service-opgaven generelt og for DRs virksomhed mere specifikt. Derefter foretages de egentlige analyser, idet fokus rettes mod udviklingen i DRs tv-sendetimer, både i den samlede flade og på hovedkanalen DR1.

5.1 Den alsidige og mangfoldige programflade

Ifølge Den Danske Ordbog betyder *alsidig* at være sammensat af en række forskellige elementer, sider eller aspekter ("alsidig — Den Danske Ordbog". u.å., tilgået 16. juni 2018). Som Søndergaard (1994, 89) skriver, er alsidighed "(...)i programpolitisk henseende næsten synonymt med public service(...)", og det er da også et begreb, der har været at finde i lovgivningen i al den tid, DR har eksisteret. Allerede i den første danske lov om elektroniske mediers virke, Lov om Radiospredning fra 1926, stilles nemlig krav til, at programmerne skal være af "alsidig kulturel og oplysende art" (Lov om Radiospredning af 13. marts 1926 nr. 45 § 4, citeret efter Asmussen 2007, 54). Men skønt kravet om alsidighed i programfladen har været at finde i loven lige siden, fik det allerede med lovændringen i 1930 en større rolle, idet et enkelt komma blev indføjet, så forpligtelsen nu lød, at programmerne skulle være af "alsidig, kulturel og oplysende karakter" (Asmussen 2007, 55). Med alsidighedsbegrebets løsrivelse fra og sideordning med den kulturelle forpligtelse opstod den debat, der til stadighed eksisterer inden for dansk mediepolitik om, hvorvidt kravet om alsidighed er knyttet til det enkelte program eller til den samlede programvirksomhed (ibid.). I dag stilles der i Lov om radio- og fjernsynsvirksomhed følgende overordnede krav til public service-virksomhed:

"Den samlede public service-virksomhed skal via fjernsyn, radio og internet el. lign. sikre den danske befolkning et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed. Programvirksomheden skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. Der skal endvidere lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur. Programvirksomheden skal endvidere afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af

³⁵Der er tale om nuanceforskelle mellem de to begrebs betydning. Hvor *alsidighed* af Den Danske Ordbog defineres som "sammensat af en række forskellige elementer, sider eller aspekter", kan *mangfoldighed* defineres som enten "det at indeholde mange forskellige sider og aspekter" eller "stort og varieret antal af noget" ("mangfoldighed — Den Danske Ordbog" u.å., tilgået 16/6 2018). Jeg forstår her mangfoldighedsbegrebet i den sidste af de to betydninger, mens alsidighed anvendes til at udtrykke, at noget belyses fra flere sider.

kulturinteresser i det danske samfund” (“Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, LBK nr. 255 af 20/03/2014”, §10).

Som det fremgår, er det stadig i det samlede udbud, der skal tilstræbes alsidighed og mangfoldighed, ikke i det enkelte program. Med denne formulering er alle udfordringer dog ikke løst, for som Hoffman-Riem (1987), McQuail (1993) og Søndergaard (1994) har påpeget, kan alsidighed opgøres på mange forskellige parametre.

5.1.1 Forskellige former for alsidighed

Lov om radio- og fjernsynsvirksomhed foreskriver en alsidighed og mangfoldighed i de stofområder, de danske public service-institutioner dækker, ved at stille krav om både nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning. Dette krav er udspecificeret i de specifikke public service-forpligtelser i DRs public service-kontrakt, hvoraf det i mere detaljeret grad fremgår, hvorledes DR skal varetage sine forpligtelser inden for nyheder, uddannelse og læring, børn og unge, dansk dramatik, musik og kultur samt smalle idrætsgrene og handicapdræt. Denne form for alsidighed er, hvad Hoffman-Riem (1987, 61) benævner som *diversity of formats and issues*. Men også inden for den enkelte programtype må der forventes alsidighed. Ifølge Hoffman-Riem består denne form for alsidighed i *diversity or plurality of content*, forstået som at forskellige meninger skal komme til udtryk, at en programtype som dramaserier rummer både krimier, komedier, historiske dramaer mv., og at musikformidling dækker både rytmisk og klassisk musik (ibid.). Derudover skal der, ifølge Hoffman-Riem, være *person and group diversity*, således at alle grupper i samfundet er repræsenteret, ligesom at der skal være *geographical diversity*, så både lokalt, regionalt, nationalt og internationalt indhold inkluderes (ibid.). Endelig kan alsidighedsparameteret, som Søndergaard (1994, 90–91) påpeger, være et spørgsmål om æstetisk mangfoldighed, altså hvorvidt der i programmerne gøres brug af forskellige visuelle udtryk, eller om alle udsendelser fremstår ens trods uligt indhold.

I et kvantitativt programfladestudie, som det jeg foretager i dette kapitel, må alsidighed og mangfoldighed vurderes ud fra den overordnede programfladesammensætning i form af en tidsmæssig/procentuel fordeling af sendetimer opgjort på programtype, sådan som det eksempelvis ses hos Søndergaard (1994), Van den Bulck (2001), Williams (2003) og Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2011). Derfor er det Hoffman-Riems første definition, hvor alsidighed består i *diversity of formats and issues*, altså den definition der også findes i den danske lovtekst, der lægges til grund for nærværende analyser.

Skønt det således kan indsnævres, at alsidighed her skal forstås som forskellige stofområders repræsentation i programudbuddet, kan det stadig diskuteres, hvordan den ideelle programfordeling tager sig ud. At DR opererer med ti programtypekategorier kunne måske give anledning til en forestilling om, at hver programtype skal være præsent med omtrent 10% af sendetimerne i programfladen. Dette vil dog være et rigtigt og uflexibelt krav at stille, der ikke tager højde for dækning af aktuelle begivenheder, tematiske satsninger, konkurrencen med de kommercielle udbydere eller slet og ret seernes efterspørgsel. Der har da heller aldrig fra officiel side været fremsat en forventning om, at programtyperne skal være ligeligt repræsenteret i programudbuddet. Samtidig kunne man forestille sig andre eller flere kategorier end de ti, der anvendes på det danske marked. Som jeg påpegede i kapitel 2, ville eksempelvis en kategori for børneprogrammer være oplagt, ligesom de meget brede programtypekategorier, man opererer med nu, ikke formår at opfange nuancer i udbuddet og derfor med fordel kunne udvides. Når dette er sagt, må kravet om et alsidigt og mangfoldigt programudbud dog betyde, at der tilstræbes en *vis* balance i fordelingen af de ti programtyper. I analysen

af DRs programudbud vil jeg derfor belyse, hvor stor en andel af det samlede udbud, de forskellige programtyper udgør. Opgørelserne skal ikke læses som et udtømmende svar på, hvorvidt programudbuddet kan siges at være alsidigt og mangfoldigt, hertil er forholdet mellem programtyperne for relativt og, som det vil fremgå, skal ses som influeret af en række faktorer. Dog indikerer programtypernes fordeling, hvor varieret programudbuddet er.

”On its own, diversity of supply cannot secure diversity of reception, but it is a necessary condition for this”, skriver McQuail (1993, 157), og netop seerens møde med programfladen er en central del af debatten om alsidighed og mangfoldighed. I dansk sammenhæng beskriver Søndergaard (1994, 89), hvordan diskussioner om alsidighedsbegrebet tilbage i Radiorådets dage, ud over at være et slagsmål om millimeterdemokratisk fordeling af den partipolitiske repræsentation, omhandlede: ”(...) hvorvidt alsidighed betød, at hele programudbuddet skulle kunne ses af alle, eller at der blot i løbet af en vis periode skulle være noget for enhver smag”. Fra slutningen af 1980’erne betød monopolbruddet og den teknologiske udvikling, at enkeltkanalsystemet blev til et flerkanalsystem, hvilket åbnede for helt nye muligheder, men også udfordringer, i forhold til seernes møde med den alsidige programflade. For kan man tale om, at seeren oplever et alsidigt og mangfoldigt programudbud, hvis denne blot ser de programmer, der sendes på en segmenteret kanal rettet mod dennes egen målgruppe – det værende ud fra alder, køn eller interesse? De følgende to afsnit vil præsentere to modsatrettede syn på dette spørgsmål.

5.1.2 Den blandede programflade

Som beskrevet i kapitel 3, argumenterer Scannell (1989) for, at det at en befolkning er vidne til fælles mediebegivenheder, bidrager til demokratiseringsprocesser i hverdagen, både i privat og offentligt regi. Foruden den universelle adgang er det ifølge Scannell essentielt med: ”(...) the supply of mixed programme services (...) i.e. a wide range of different kinds of programmes delivered on a single channel” (ibid., 138). For Scannell er det altså ikke tilstrækkeligt, at det samlede programudbud består af mange forskellige typer programmer: Han understreger, at programmerne skal sendes på den samme kanal, således at seeren mødes af både nyheder, sport, quizzet, dramaserier, dokumentarer, videnskabsprogrammer mv. (ibid.). Princippet om *mixed programmes* er et koncept, Scannell fører tilbage til John Reith, BBCs første genereldirektør, der ofte udråbes som værende grundlæggeren af public service-idealene, og som i bogen *Broadcast over Britain* skrev, at de offentlige mediers rolle var *to inform, educate and entertain* (se eksempelvis Light 2004, 24).

I slutningen af 1980’erne rådede BBC blot over to tv-kanaler, og ifølge Scannell lykkedes det for medieinstitutionen at blande tv-programfladen på tilfredsstillende vis. Anderledes forholdt det sig på radioområdet, hvor Scannell beskriver, hvordan BBCs fire radiokanaler er delt op efter forskellig musiksmag og som en specifik taleradiokanal (Scannell 1989, 138). Skønt Scannell medgiver, at der findes forskellig musiksmag, der ligger til grund for de forskellige radiokanalers eksistens, slår han fast, at det vil være skadeligt, hvis det samme skulle ske på tv:

”Generic programming fragments the general public that is still constituted in today’s four national UK television channels into particular taste publics whom advertisers are increasingly keen to target. In so doing it destroys the principle of equality of access for all to entertainment, informational and cultural resources in a common public domain”
(Scannell 1989, 139).

Konsekvensen ved at segmentere seerne på forskellige nichekanaler vil, ifølge Scannell, være, at den fælles interesse erstattes af en individuel interesse. Det vil være problematisk for samfundet som hele: Ikke alle seere er lige ressourcestærke, så nogle seere vil, ifølge Scannell, ikke selv tilvælge de mere udfordrende eller krævende programtyper, de ellers ville møde på en kanal med blandede programmer, hvis de selv skal: "(...)choose what they want and pay for what they get" (ibid.). Jeg vil tilføje, at dette for så vidt også gælder de ressourcestærke, som ikke nødvendigvis selv vil opsøge et blandet programudbud. Som konsekvens heraf vil den manglende lige adgang til et bredt programudbud, ifølge Scannell, undergrave de demokratiske principper, public service broadcasting er baseret på. Dermed nedbrydes det offentlige rum, den offentlige debat og den offentlige samtale, der er opstået gennem medierne, hvis vi ikke har den samme referenceramme (ibid.) (jf. i øvrigt kapitel 3).

Det er let at argumentere for, at Scannell idylliserer den britiske offentlighed og overdriver de offentlige mediers evner som skabere af fællesskaber. Når han argumenterer for, at et blandet programudbud på en enkelt kanal er for den samlede befolkning, så tager han ikke højde for, at der reelt ikke vil være tale om, at *hele* udbuddet er for alle i befolkningen. Naturligvis vil der være forskellige smagspræferencer i spil i en befolkning, men helt konkret vil også gælde, at når der eksempelvis sendes børneprogrammer (som også BBC er forpligtet på), så vil de øvrige aldersgrupper være henvist til andre kanaler. Light er blandt dem, der går i rette med den opfattelse, Scannell giver udtryk for, da hun finder den forældet:

"One has to ask at this stage whether such a vision of genre diversity still has any validity or whether it is just a vestige of public service broadcasting history. It rests on the assumption that proximity still works as a means to lure audiences to flow from a more popular programme to a less popular one" (Light 2004, 249).

Ifølge Light havde flow-programlægning på en blandet kanal muligvis en effekt i et kanalsystem uden de store valgmuligheder. Men når seerne har fået et omfattende udbud af kanaler at vælge imellem, og de kan skifte ved et tryk på en fjernbetjening, finder Light det mere sandsynligt, at seeren vælger en anden kanal frem for at blive på en kanal for at se et program, de ikke umiddelbart har interesse for (ibid.).

Scannells og Lights bidrag skal naturligvis ses i lyset af den tid, de er skrevet i. Slutningen af 1980'erne var præget af deregulering, de statslige tv-monopoler blev brudt rundt omkring i Europa og den kommercielle konkurrence på tv så dagens lys. Scannell (1989, 139) fremhæver medieudviklingen i USA som værende skræmmeksemplet på fragmenterede kanaler med ensidigt indhold, og han beskriver, hvordan økonomiske og politiske kræfter presser på for en tilsvarende udvikling i Europa. Da Light forfattede sin afhandling i 2004, var det segmenterede kanallandskab en realitet. Men at kanallandskabet var langt mere omfattende og med målrettede kanalprofiler, er ikke ensbetydende med, at Light gjorde ret i sin antagelse om seeradfærden: I kapitel 4 citerede jeg Johnson (2012) for, at seerne trods det store udbud typisk benytter 5–8 tv-kanaler. Derudover gælder, at en programflade – også nu, mere end ti år efter at Light skrev sin afhandling – tilrettelægges som et velorganiseret flow (dette vil jeg beskæftige mig med i kapitel 6). Dette tyder på, at seerne stadig i et vist omfang kan motiveres til at blive på den samme kanal ved hjælp af forskellige programlægningsteknikker til trods for et omfattende kanaludbud.

5.1.3 Alsidighed på tværs af kanalportefølje og platforme

McQuail (1993) og Hellman (2001) indtager en anden position end Scannell i synet på den enkelte kanals rolle, idet de begge argumenterer for, at alsidighed (også) handler om, at seerne har mulighed for at vælge mellem forskellige programmer på et givent tidspunkt. McQuail betegner de forskellige former for alsidighed som *intern* og *ekstern* diversitet, Hellman som *vertikal* og *horisontal* diversitet, men begreberne dækker over det samme: Den enkelte kanal kan byde på en alsidig og mangfoldig programflade, i tråd med hvad Scannell beskrev som den blandede programflade, og dette vil være udtryk for intern eller vertikal diversitet. Ifølge McQuail og Hellman kan alsidigheden dog også findes på tværs af kanalerne i kanalporteføljen eller det samlede kanalsystem. I så fald er der tale om ekstern eller horisontal diversitet. Om denne form for alsidighed skriver Hellman (2001, 185): "(...)although individual channels may have become less mixed, the audience may be better served today than they were yesterday(...)" grundet det større udbud af kanaler. Jeg vil anvende McQuails og Hellmans alsidighedsforståelse af den eksterne/horisontale diversitet i analysen af DRs programudbud som konsekvens af, at DR siden 1996 har varetaget sin public service-opgave på tværs af porteføljen frem for på en enkelt kanal. Samtidig skal DRs tv-kanalportefølje ses i samspil med det samlede danske kanallandskab: Som det fremgik af kapitel 4, er DR Ks profil ganske unik i det danske kanallandskab. Heller ikke DR2s samfunds- og debatorienterede profil genfindes hos andre aktører på det danske marked. Når DR derimod ikke driver eksempelvis en sportskanal, så er det fordi både TV 2, Viasat og Discovery Networks Danmark tilbyder sådanne kanaler, hvorfor en DR-sportskanal ikke ville bidrage til alsidigheden og mangfoldigheden i det samlede kanalsystem. DR3, DR Ramasjang og DR Ultra er sat i verden som danske alternativer til de talrige udenlandske kanaler for børn og unge.

Det større antal kanaler rummer både fordele og ulemper for tv-markedets forskellige interessenter. Grundlæggende gælder for alle parter, at flere kanaler giver flere (valg)muligheder. Som det fremgik af kapitel 4, er de profilerede kanaler en fordel for seerne, fordi disse kan finde det indhold, de søger, og opleve at være adresseret i henhold til både målgruppe og genremæssige præferencer. For tv-stationer, distributører og producenter er det ligeledes en fordel med segmenterede kanaler, der kan henvende sig til og tiltrække specifikke målgrupper. Især for de kommercielle kanaler, der lever af annonceindtægter, er det afgørende at kunne målrette indholdet til forskellige seersegmenter. Men også for en public service-institution som DR kan det større antal kanaler siges at være en fordel, idet det øgede råderum giver mulighed for en større horisontal tilgængelighed og alsidighed inden for porteføljen: Flere kanaler giver mulighed for at sende et større antal udsendelser på samme tid, udsendelser der kan dække flere programtyper, genrer og målgrupper, så flere synspunkter repræsenteres, mere stof formidles og flere seere kan finde et tilbud, der passer til deres smag – hvorved DR bedre kan fastholde kontakten med befolkningen.

Ud over at det større antal kanaler giver mulighed for, at mere indhold kan sendes, kan de smalt målrettede kanaler også øge *spændvidden* i programudbuddet. På de kanaler, der er målrettet et specifikt (smalt) segment, kan sendes mere skarpt profilerede programtyper, end der kan på brede kanaler. Et konkret eksempel, der fremgik af mit interview med chef for plan og indkøb i DR, Peter Rosberg, er Lars von Triers film *Nymphomaniac*. Rosberg beskriver, at filmen blev sendt klokken 23 på DR2 på grund af sit provokerende indhold og stil. Senere har man sendt filmen på DR K klokken 21, fordi den i et DR K-perspektiv opleves som kunst. Derimod kunne filmen, ifølge Rosberg, aldrig blive sendt på DR1 (interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Således kan en portefølje som DRs med en bred hovedkanal og fem segmenterede kanaler samlet set repræsentere en større grad af alsidighed og mangfoldighed end et tokanalsystem med blandede programflader.

I realiteten er det dog ikke nødvendigvis sådan, at et øget antal kanaler øger diversiteten i kanallandskabets samlede programudbud. Det kan i stedet resultere i, at der kommer mere af det samme indhold. Eksempelvis skriver Hellman (2001, 186), at: "(...)it is possible that each channel aims at diversity with similar contents (identical channel diversities), with none of the channels making any 'extra' contribution to the overall system diversity". Årsagen til dette er blandt andet, at med segmenteringen af kanalerne bliver udbuddet på den enkelte kanal smallere. Samtidig skaber det større antal kanaler øget konkurrence om de samme seeres opmærksomhed. Når det i tillæg hertil er et mindre udsnit af befolkningen, de unge og købestærke, der har annoncørernes, og dermed de private tv-stationers, interesse, er der en tendens til, at de andre målgrupper bliver underservicerede. Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2011) har undersøgt, hvad konsekvensen af de strukturelle ændringer af tv-markedet har været for programfladen på norsk tv. I særdeleshed beskæftiger de sig med, hvorvidt opdelingen i enkelte hovedkanaler og flere nichekanaler har forøget eller formindsket mangfoldigheden af programtyper på de private kanaler og public service-kanalerne i Norge. Fundet er måske ikke overraskende, idet konklusionen bliver, at underholdning og fiktion dominerer det samlede programudbud, men at det i særdeleshed skyldes de private udbyderes tv-kanaler, mens public service-kanalerne leverer et bredere programudbud med flere genrer, rettet mod en større del af befolkningen (ibid., 230-232).

I relation til sådanne undersøgelser er det dog vigtigt at holde sig for øje, at der er forskel på at beskue det samlede kanallandskab (med en række nichekanaler) og en enkelt kanalportefølje, især når der er tale om en public service-institutions kanalportefølje. At DR har udvidet sin kanalportefølje fra en enkelt til to, tre og derefter seks tv-kanaler, har ikke påvirket kravet om et alsidigt og mangfoldigt programudbud. Der er blot blevet tale om, at det er den samlede portefølje frem for den enkelte kanal, der skal honorere dette krav. Men hvor den større kanalportefølje på den ene side har givet DR flere kanaler at sende (alsidigt og mangfoldigt) indhold på, betyder den horisontale alsidighed på den anden side, at seerne nemmere kan undgå de dele af programuddet, samfundet betragter som betydningsfuldt. Således giver det øgede antal kanaler og større programudbud DR nye muligheder for at bedrive tv-virksomhed, men komplicerer samtidig institutionens public service-opgave.

5.2 Programuddets udvikling 2005–2015

Som påpeget i kapitel 2, rummer det en række udfordringer at analysere et mangekanalsystem under udvikling, hvor kanalerne ikke umiddelbart er indbyrdes sammenlignelige. Derfor belyses programuddets udviklingen ud fra forskellige opgørelsesparametre. Indledningsvis analyserer jeg det samlede programudds fordeling på sendetimer, det vil sige samtlige kanaler hele døgnet i årene 2005, 2010 og 2015. Som opfølgning til disse overordnede data for hele døgnet analyseres tallene for sendetimedelingen i DRs prime time. Prime times programudbud er udtryk for DRs programpolitiske prioritering, og det peger på hvilken konkurrencesituation, DR befinder sig i i det tidsrum, hvor den største andel af seerne befinder sig foran tv-skærmen. Dernæst belyser jeg udviklingen, når sendetimerne er opdelt i førstegangsgenudsendelsessendetimer. Når det er interessant at foretage denne opdeling, skyldes det, at mens opgørelsen over det samlede antal sendetimer fortæller, hvad det er for et programudbud, der reelt møder seerne, afspejler førstegangssendetimerne DRs programøkonomiske prioriteringer, altså hvilke programtyper DR vælger at producere og indkøbe. Af kapitel 4 fremgik, at DR1 indtager en særlig position i DRs tv-kanalportefølje i sin egenskab af hovedkanal. Hovedkanalen har hele befolkningen som sin målgruppe, og i porteføljen er det DR1, der ideelt set kommer tættest på at byde på en blandet programflade, genre- og målgruppe-

mæssigt. Derfor fokuseres i afsnittets fjerde og sidste delanalyse på fordelingen af sendetimer på DR1.

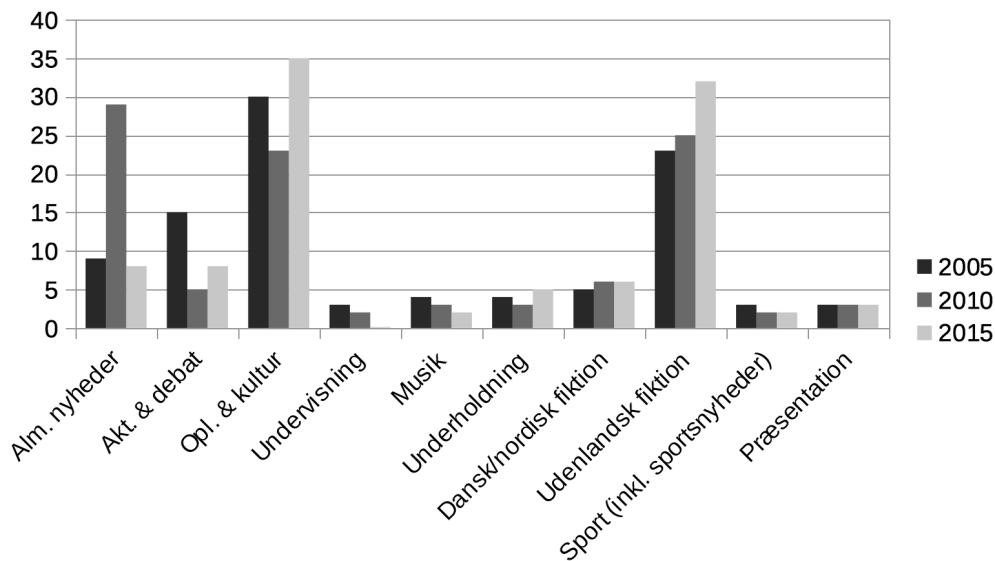
5.2.1 Det samlede antal sendetimer

Tabel 5.1 viser den programtypemæssige fordelingen af det samlede antal sendetimer på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015. Sendetimerne er både opgjort i faktiske tal og i procentuel andel af det samlede antal sendetimer det pågældende år. Når begge opgørelsesformer er inkluderet, skyldes det, at mens det faktiske timetal beskriver, hvilket programbud der møder seerne, så peger den procentuelle fordeling på DRs programpolitiske prioritering. Ser man på det faktiske antal sendetimer, er det vigtigt at holde sig for øje, at det samlede sendetimetotal er steget drastisk i løbet af perioden, primært som følge af at DR har fået flere tv-kanaler i sin portefølje, men også fordi antallet af daglige sendetimer er udvidet. Analysens formål er at vise, at tallene ikke bare skal tages for pålydende, men ses i lyset af aktuelle begivenheder, specifikke programmers opståen og lukning samt, mest afgørende, de ændringer af kanalporteføljen, der er foretaget i perioden. Disse forhold vil blive uddybet i det følgende.

Programtype	2005		2010		2015	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	989	9	9.613*	29	3.474	8
Aktualitet & debat	1.592	15	1.569	5	3.452	8
Oplysning & kultur	3.169	30	7.652	23	15.072	35
Undervisning	302	3	542	2	22**	0,1
Musik	467	4	1.049	3	770	2
Underholdning	378	4	835	3	2.047	5
Dansk/nordisk fiktion	528	5	1.958	6	2.758	6
Udenlandsk fiktion	2.419	23	8.044	25	13.872	32
Sport (inkl. sportsnyheder)	332	3	667	2	645	2
Præsentation	322	3	832	3	1.179	3
I alt	10.498		32.761		43.291	

Tabel 5.1: Oversigt over det samlede antal sendetimer i 2005, 2010 og 2015 på samtlige af DRs tv-kanaler. Kun programmer, der figurerer som førstegangs- eller genudsendelse er medregnet, og således er de (fåtalige) udefinerede programmer ekskluderet fra opgørelsen. Procenttallene angiver den enkelte programtypes andel af det samlede antal sendetimer det pågældende år. Procenttallene er afrundede til nærmeste hele decimal bortset fra de tilfælde, hvor resultatet er mindre end en procent. *InfoSys+ rummer kun data om DR Update fra 25/9 2010 og året ud, og kan således ikke benyttes som kilde for data om denne kanal. Men idet der kun er tale om én programtype, nemlig nyheder, og kanalen har sendt 24 timer i døgnet, årets 365 dage, er der ikke megen usikkerhed om sendetimetallet. Det samlede antal nyhedssendetimer er derfor fundet ved, at DR Updates 8.760 årlige sendetimer er lagt sammen med nyhedssendetimerne på DR1 og DR2, de to eneste kanaler, der også sendte nyheder i 2010. **Jeg henviser til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2.

For overblikkets skyld er fordelingen af de procentuelle andele i tabel 5.1 illustreret i søjlediagrammet i figur 5.1.



Figur 5.1: Procentuel fordeling af det samlede antal sendetimer på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015. Figuren er baseret på tallene fra tabel 5.1.

Blandt de mest iøjenfaldende udviklingstendenser i tabel 5.1 er sendetimerne inden for kategorien almene nyheder, hvor der i forhold til det reelle timetal er sket en voldsom stigning fra 2005 til 2010, hvorefter der er set et betragteligt fald frem til 2015. Dette er netop et eksempel på, at anledningen til en umiddelbart bemærkelsesværdig udvikling skal findes i omlægningen af DRs kanalportefølje: Som beskrevet i kapitel 4 drev DR i 2010 nyhedskanalen DR Update, der sendte nyheder 24 timer i døgnet. Kanalen stod for knap 91% af den samlede nyhedsdækning på tværs af DRs kanaler i 2010, hvilket naturligt har betydning for dette markante udsving. Mens den procentuelle andel af nyhedssendetimer i DRs samlede udbud er en anelse mindre i 2015 end i 2005, er det faktiske timetal markant højere. Årsagen til dette er blandt andet, at DR2 som samfunds- og debatkanal sender adskillige timers nyheder dagligt, og at også kanalen for de større børn, DR Ultra, viser nyhedsudsendelser. Således er der igen tale om en udvikling, der skal ses i tæt sammenhæng med de udbudte kanalprofiler.

Generelt gælder, at det har været en naturlig følge af kanalporteføljens udvidelse, at det reelle sendetimetotal inden for hver kategori er steget, eftersom flere kanaler har mulighed for at dække en given programtype. Derfor er det også bemærkelsesværdigt, at antallet af sendetimer inden for kategorien aktualitet & debat er faldet fra 2005 til 2010, til trods for at programmet *Aftenshowet* er kommet til i den mellemliggende periode. DR beskriver selv i sin public service-redegørelse for 2010, at overgangen til det digitale, jordbaserede sendenet 1. november 2009, betød, at Folketinget fik sin egen tv-kanal. Før havde det været en del af DR2s programudbud at transmittere Folketingets debatter, udsendelser der gerne var af fire til seks timers varighed (DR 2011a, 10). Så når der er sket et fald i antallet af sendetimer inden for aktualitets- & debat kategorien, kan det delvist tilskrives, at DR ikke længere varetager denne opgave, og der således er gjort plads til andre programmer og programtyper.

En anden programtype, der både i faktiske sendetimer og andelsmæssigt er faldet betragteligt i perioden 2005–2015, er programmer inden for kategorien undervisning. Undervisningsprogrammer hører til blandt de kategorier, der for alvor adskiller public service-kanalerne fra de kommercielle kanaler, men det er en programtype, der dog kun sendes i begrænset omfang på DRs tv-kanaler. At der fra 2005 til 2010 kan ses en stigning i antallet af undervisningstimer i programfladen, skyldes primært programkonceptet *Danskernes akademi*. Gennem debatter, dokumentarudsendelser og korte forelæsninger med forskere fra danske universiteter søgte DR med *Danskernes akademi* at lave en dansk pendant til det populære, amerikanske kon-

cept *TED Talks* og *BBC Open University* (DR 2011a, 45). Projektet blev søsat i januar 2010, og der var udsendelser på både tv og radio samt en specifik webside (ibid.). Ifølge DRs mediedirektør Gitte Rabøl var programmerne seertalsmæssigt en fiasko, og der blev lagt for få ressourcer i (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016). Efter at *Danskernes akademi* blev taget af skærmen, har et nyt koncept ikke overtaget, og der er derfor tale om mere spredte satsninger inden for undervisningskategorien. Som beskrevet i kapitel 2 er undervisnings-sendetimetallet for 2015 fejlbehæftet, og jeg vil derfor ikke konkludere på denne beregning. DR angiver selv om undervisningssendetimerne i 2015, at mens der var tale om en stigning i antallet af sendetimer inden for kategorien fra 2014 til 2015 (grundet de to børne-tv-kanaler), findes en stadigt større del af undervisningsmaterialet på DRs webside: "(...)der har vist sig at være en bedre platform for undervisningsstof sammenlignet med tv" (DR 2016a, 8).

Den gradvise, men markante vækst i både antallet og andelen af sendetimer inden for de fire kategorier oplysning & kultur, underholdning samt dansk/nordisk og udenlandsk fiktion skal ses i forlængelse af de ændrede kanalprofiler, der blev beskrevet i det foregående kapitel. Oplysning & kultur er en meget bredtfavnende kategori, så når der er tæt ved en femdobling af antallet af sendetimer inden for denne programtype fra 2005 til 2015, skal denne udvikling ses i lyset af, at mange forskellige undergenrer placeres i oplysnings- & kulturkategorien. Samtidig gælder dog, at DR i 2009 lancerede DR K, der med sin profil orienteret mod kultur-, kunst- og historieprogrammer naturligt bidrager til, at antallet af sendetimer inden for kategorien oplysning & kultur er steget hen over perioden. At oplysnings- & kulturkategorien i 2015 er den største, både i faktiske antal sendetimer og i procentuel andel, skal ses som konsekvens af, at samtlige seks tv-kanaler i DRs portefølje bidrager med et betydeligt antal timer inden for denne kategori. Det er kun den udenlandske fiktion, hvor tilsvarende gør sig gældende: For flere andre programtyper gælder, at det ikke er alle kanaler, der sender programmer inden for kategorien, eller blot sender et yderst begrænset omfang (se bilag 2–4 for den nøjagtige fordeling af programtyper per kanal). Dette fund er relevant at koble med kanalprofilernes samspil, jeg beskrev i afsnit 4.5, hvoraf det fremgik, at mens det er nødvendigt, at hver kanal har nogle programmer, der er 'dens egne', er der andre programmer og programtyper, hvor der ses overlap mellem kanalerne.

Underholdning er en programtype, hvis andel af en public service-institutions programflade ofte er til diskussion (se eksempelvis DI Digital 2016). Men med sine mellem 3% og 5% af fladen i 2005, 2010 og 2015 udgør underholdningssendetimerne blot en mindre andel af DRs programmer. Der kan naturligvis sættes spørgsmålstegn ved, om DR kategoriserer udsendelserne retvisende. Som tidligere nævnt betegnes programmet *X-factor* som et musikprogram og ikke et underholdningsprogram, hvilket kan diskuteres. Dykkes ned i sendetimefordelingen på den enkelte kanal fremkommer, at størstedelen af underholdningsprogrammerne i 2015 skal findes på DR K, efterfulgt af DR Ultra og DR3. I 2010 var det ligeledes DR K, der sendte flest udsendelser inden for underholdningskategorien, mens det i 2005 var DR1. Skønt underholdningsprogrammer i den offentlige debat gerne forveksles med programmer, der af DR kategoriseres som (udenlandsk) fiktion eller andre programtyper, fremhæver DR selv i sin public service-redegørelse for 2015 en række egenproducerede programmer som *Vidunderbørn* (DR1), *Verdens bedste quiz* (DR Ultra), *DRs store juleshow* (DR K) og *Ramasjangskolen* (DR Ramasjang) som eksempler på underholdningsprogrammer, der har medført en stigning i antallet af sendetimer inden for kategorien.

Endelig er der også set en stigning i antallet og andelen af sendetimer inden for kategorierne dansk/nordisk og udenlandsk fiktion. Når andelen af udenlandsk fiktion er steget fra at udgøre 23% af sendetimerne i 2005 til 32% i 2015, kan en forklaring være public service-institutionens økonomi. Med det øgede antal kanaler og sendetimer har DR fået mere plads i programfladen at udfylde, men indtægterne fra licensen er ikke steget tilsvarende (DR

2006b, 44; 2011b, 20; 2016b, 11). Det er mindre omkostningstungt at indkøbe (udenlandsk) indhold end selv at producere det, så væksten i antallet af sendetimer har så at sige nødvendiggjort indkøb af udenlandsk fiktion (jf. interviewet med Irene Strøyer, 5/2 2016). Samtidig skal udviklingen dog også ses i lyset af, at DR i 2015 drev de to børnekanaler DR Ramasjang og DR Ultra. Disse to kanaler stod for knap 35% af den udenlandske fiktion (jf. bilag 4).

Andelen af dansk/nordisk fiktion i programfladen er blot steget med ét procentpoint fra 2005 til 2015, mens der i reelle timetal er tale om en femdobling af sendetimerne i perioden. Dansk fiktion indgår som en specifik forpligtelse i DRs public service-kontrakter, men der er tale om noget forskelligartede formuleringer hen over årene: I kontrakten for 2003–2006 anføres, at: "Det tidsmæssige omfang af dansk dramatik skal i aftaleperioden mindst svare til det gennemsnitlige omfang de seneste 4 år" ("DRs public service-kontrakt for 2003–2006" 2002, 4), mens DR ifølge kontrakten for 2007–2010 skal øge omfanget af nyproduceret dansk dramatik med 10% ("DRs public service-kontrakt for 2007–2010" 2006, 4). I kontrakten for 2015–2018 står, at: "DR skal i kontraktperioden årligt sende minimum 20 timers nyproduceret dansk dramatik(...)" samt producere ny dramatik til et digitalt lydunivers på nettet og fokusere på børnedramatik ("DRs public service-kontrakt for 2015–2018" 2014, 8).

Programtyperne musik og sport er mindre kategorier i DRs samlede programflade med en andel på henholdsvis 4% og 3% i 2005 og 2% for begge kategoriers vedkommende i 2015. For begge programtyper gælder, at der er set visse udsving i den belyste tiårige periode. Antallet af sendetimer inden for musikkategorien blev mere end fordoblet fra 2005 til 2010, for så at falde med 27 procentpoint fra 2010 til 2015. I 2005 og 2010 sendtes ungdomsmusikprogrammet *Boogie*, der, flere gange ugentligt og med et højt antal genudsendelser, viste danske og udenlandske musikvideoer. I 2015 sendtes ikke et sådant program på nogle af de seks tv-kanaler: DR3 dækkede i 2015 unge (danske) kunstnere, men dette skete i form af udsendelser fra musikfestivaler, prisuddelingsshow og enkelte programserier (DR 2016a, 7). Ud over det musikalske show *X-factor*, fandtes også DR K-konceptet *Dagens sang, Skrål* på DR Ramasjang og *Ultra Lyd* på DR Ultra i musikkategorien i 2015. Antallet af sendetimer inden for kategorien sport svinger naturligt fra år til år som følge af afviklingen af store sportsbegivenheder. Det er derfor værd at bemærke, at 2010 var et stort sportsår med blandt andet Vinter-OL og VM i fodbold (DR 2011a, 11), mens der ikke fandt større sportsbegivenheder sted i 2005 og 2015 (DR 2006a, 99, 2016a, 8).

Den sidste af de her benyttede programtypekategorier er *præsentationer*, som dækker over programoversigter, trailers, identer og andre former for præsentationer af DRs programmer. Med udvidelsen af kanalporteføljen synes det naturligt, at der er kommet flere sendetimer af præsentationstypen, da der er flere programmer at omtale. Af tabel 5.1 fremgår da også, at antallet af præsentationssendetimer er steget fra 322 i 2005 til 1.179 i 2015. Andelen af præsentationssendetimer i den samlede flade er dog den samme, nemlig 3% alle tre år. Hvor det i 2010 var DR1, der sendte flest præsentationstimer, er det i 2015 DR Ramasjang, der har flest sendetimer inden for kategorien (jf. bilag 2–4). Årsagen til dette er, at mange af programmerne på børnekanalen er af relativ kort varighed, således at der ofte skal præsenteres en ny programoversigt eller et nyt program, ligesom der bliver plads til talrige identer.

5.2.2 Programtypefordelingen i prime time

I tv-tilrettelæggelse opererer man med *prime time*, som er den del af døgnet, hvor flest personer ser fjernsyn. Prime time er dog ikke en fast størrelse, idet den eksempelvis er forskellig fra kanal til kanal, afhængigt af kanalens målgruppe. I DR opererer man med prime time og

super prime time, hvor prime time er længerevarende, typisk mellem klokken 18 og 23³⁶, mens super prime time for nogle kanaler er tidsrummet fra klokken 20 og et par timer frem, for andre kanalers vedkommende ligger senere og for børnekanalerne tidligere. I Kapitel 6 vil jeg gå yderligere ind i definitionen af prime time på DRs forskellige tv-kanaler. Til analyserne i dette kapitel har jeg valgt tidsrummet mellem klokken 17 og 24 som prime time, for at kunne favne både børnekanalerne og eksempelvis DR3, der ifølge kanalchefen har sin super prime time i tidsrummet klokken 21–23 (Interview med Irene Strøyer, 5/2 2016). Det er også i tidsrummet klokken 17–24, der er live speak på DR1 og DR2 (Interview med Malene Skaaning Andersen, 1/4 2016), hvilket understreger dette tidsrums betydning. Det er altså i prime time, det er vigtigst for DR at tiltrække og fastholde seerne, og derfor også på denne tid af døgnet at programudbuddet er vigtigst. Hvor et mere begrænset antal seere i løbet af morgen-, formiddags- og nattetimerne bevirker, at DR i højere grad kan forsvare at sende indkøbte og genudsendte programmer i disse tidsrum, må der i prime time forventes den største grad af alsidighed og mangfoldighed i programudbuddet og flere egenproducerede programmer. Tabel 5.2 viser fordelingen (i faktiske timetal og procent) af programtyper i tidsrummet klokken 17–24, mens figur 5.2 illustrerer den procentuelle fordeling.

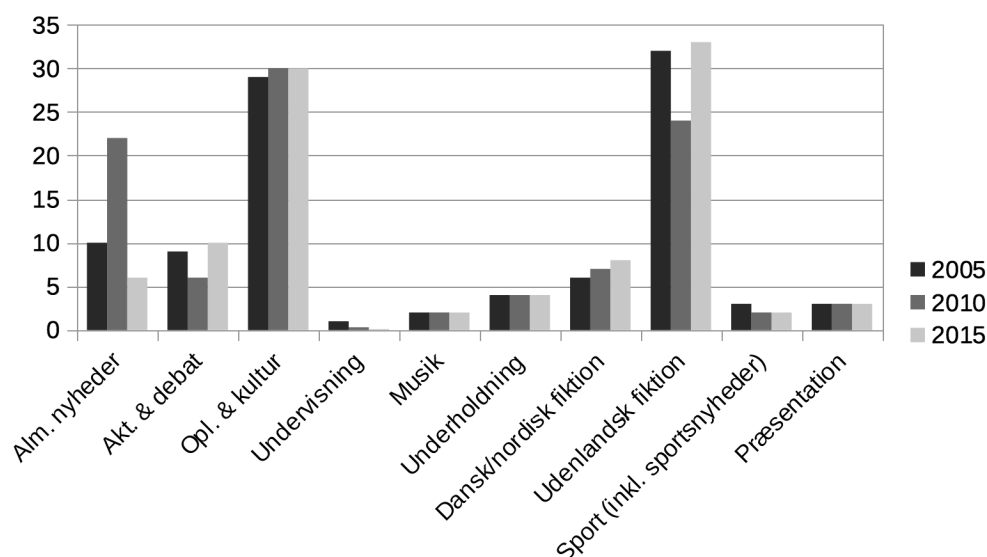
Programtype	2005		2010		2015	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	570	10	3.222	22	839	6
Aktualitet & debat	500	9	865	6	1.400	10
Oplysning & kultur	1.564	29	4.370	30	4.045	30
Undervisning	49	1	37	0,3	11*	0,1
Musik	113	2	289	2	305	2
Underholdning	204	4	554	4	569	4
Dansk/nordisk fiktion	346	6	1.065	7	1.125	8
Udenlandsk fiktion	1.747	32	3.445	24	4.413	33
Sport (inkl. sportsnyheder)	170	3	320	2	275	2
Præsentation	179	3	400	3	430	3
I alt	5.442		14.567		13.412	

Tabel 5.2: Oversigt over sendetimefordelingen på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015 i tidsrummet klokken 17–24 (i TV-Meter er søgt på tidsrummet 16.55–24.05 for at opfange skæve start- og sluttidspunkter). Procenttallene angiver den enkelte programtypes sendetimeandel af det samlede antal sendetimer i tidsrummet.

*Jeg henviser igen til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2.

Af tabel 5.2 fremgår, at prime times antal sendetimer er faldet fra 2010 til 2015. Årsagen til dette skal findes i det faktum, at DR Ultra overtog den plads, nyhedskanalen DR Update efterlod, da denne lukkede i 2013, og hvor DR Update sendte døgnet rundt, ophører DR Ultras daglige programflade mellem klokken 21 og 22. Sammenholdes det samlede antal sendetimer i prime time med det samlede antal sendetimer for hele døgnet (tabel 5.1) ses, at der er forskel på, hvor stor en andel prime times sendetimer udgør fra år til år. Hvor det i 2005 var 52% af sendetimerne, der var at finde i prime time, var det i 2010 44% og i 2015 blot 31%. Dette skyldes, som tidligere nævnt, at det daglige antal sendetimer på DRs kanaler er blevet udvidet, således at flere kanaler i 2015 sender tæt ved alle døgnets 24 timer. I 2005 ophørte dagens udsendelser på begge kanaler efter midnat, og i 2010 var det kun DR Update, der sendte døgnet rundt.

³⁶Kilde: Samtale med Dennis Christensen og Mette Birk fra DR Medieforskning, 14/1 2016.



Figur 5.2: Procentuel fordeling af sendetimerne på DRs tv-kanaler i tidsrummet klokken 17–24 i årene 2005, 2010 og 2015. Figuren er baseret på tallene i tabel 5.2.

Af figur 5.2 fremgår med største tydelighed, at det i 2005 og 2015 var de to programtyper oplysning & kultur og udenlandsk fiktion, der dominerede prime time på DRs tv-kanaler, mens andelen af den udenlandske fiktion i 2010 var noget mindre i og med, at de almene nyheder udgjorde en større del af det samlede programudbud i prime time. Overordnet gælder, at det er den samme, ret ulige, fordeling af programtypernes sendetimer, der tegner sig i prime time som for hele døgnet, idet få programtyper dominerer programfladerne på tværs af DRs tv-kanaler, mens andre programtyper er markant mindre repræsenteret. Således er programudbuddets variation begrænset i det tidsrum, flest personer befinder sig foran fjernsynsskærmen. Porteføljekanalernes profiler spiller naturligvis ind på det billede, der tegner sig, så når udenlandsk fiktion er den største programtype i 2015, både når der regnes i reelle tal og i procentuelle andele, hænger det sammen med, at DR i sammenligning med 2010 ikke blot driver en enkelt, men to børnekanaler, hvorpå der sendes en stor andel udenlandsk fiktion – også i tiden efter klokken 17 (jf. bilag 4). Når samme tendens gør sig gældende i 2005, er det dog et tegn på, at det er de samme programtyper, der dominerer tidsrummet fra år til år. For at favne samtlige kanalers prime time-udbud er valgt en ganske lang prime time, og som kapitel 6 vil uddybe, sendes gerne udenlandsk fiktion sidst på aftenen, når super prime time er afsluttet. Derfor vil et andet billede af programudbuddet ganske givet tegne sig, hvis et andet (mere afgrænset) tidsrum belyses (jf. afsnit 5.2.4).

5.2.3 Førstegangssendetimer og genudsendelsessendetimer

Fordelingen af førstegangssendetimer peger, som tidligere nævnt, på, hvordan DR prioriterer sine midler til nyindkøb og egenproduktioner, mens forholdet mellem førstegangssendetimerne og genudsendelsessendetimerne indikerer, hvilket udbud der møder seerne. Derfor vil jeg i dette afsnit undersøge, hvordan DRs sendetimer fordeles sig på førstegangs- og genudsendelsessendetimer. Tabel 5.3 viser fordelingen af førstegangssendetimer på DRs tv-kanaler døgnet rundt i 2005, 2010 og 2015 i faktiske tal og i procentuelle andele af det samlede førstegangssendetimeudbud, mens figur 5.3 illustrerer den procentuelle fordeling. Det er værd at bemærke, at antallet af førstegangssendetimer inden for programtypekategorien præsentation er identisk med det samlede antal sendetimer inden for kategorien. Årsagen til dette er, at DR indrapporterer præsentationer som førstegangsudsendelser ud fra en politik om, at disse

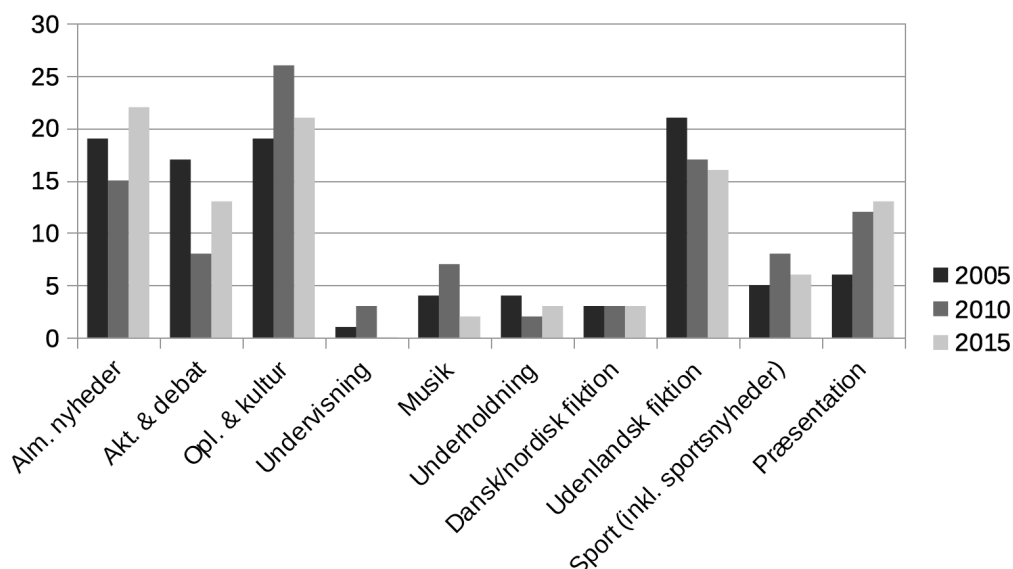
ofte ledsages af live speak, og derfor ikke er genudsendelser. Dette sker til trods for, at live speak kun finder sted i tidsrummet klokken 17–24, og kun på DR1 og DR2.

Programtype	2005		2010		2015	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	975	19	998	15	2.014	22
Aktualitet & debat	853	17	566	8	1.212	13
Oplysning & kultur	998	19	1.763	26	1.902	21
Undervisning	58	1	192	3	2*	0,02
Musik	212	4	451	7	217	2
Underholdning	203	4	141	2	304	3
Dansk/nordisk fiktion	163	3	191	3	233	3
Udenlandsk fiktion	1.062	21	1.170	17	1.408	16
Sport (inkl. sportsnyheder)	278	5	515	8	534	6
Præsentation	322	6	832	12	1.179	13
I alt	5.124		6.819		9.005	

Tabel 5.3: Oversigt over førstegangssendetimerne i 2005, 2010 og 2015 på samtlige af DRs tv-kanaler. Procenttallene angiver den enkelte programtypes andel af det samlede antal førstegangssendetimer det pågældende år. Procenttallene er afrundede til nærmeste hele decimal bortset fra de tilfælde, hvor resultatet er mindre end en procent. *Jeg henviser igen til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2.

Alle de tre år udgør almene nyheder, oplysning & kultur samt udenlandsk fiktion de største andele af førstegangssendetimerne i DRs programflade, og i både 2005 og 2015 hører aktualitet & debat med til de dominerende kategorier. Det er værd at bemærke, at andelen af både udenlandsk fiktion og oplysning & kultur er *faldet* fra 2010 til 2015, mens andelen af nyheder og aktualitet & debat er *steget*. I faktiske timetal sendes væsentligt flere timers nyheder i 2015 end de tidligere år. Derimod er andelen af sendetimer inden for programtyperne undervisning, musik, underholdning, dansk/nordisk fiktion og sport (inkl. sportsnyheder) af begrænset omfang. Denne fordelingen af førstegangssendetimer skal ses i forlængelse af, at det er de samme programtyper, der udgør henholdsvis en stor og en mindre andel af det samlede programudbud. At nyheder og aktualitet & debat udgør en stor andel af førstegangssendetimerne, er en konsekvens af, at det kun i begrænset omfang er meningsgivende at genudsende disse programtyper.

Ifølge DR selv er genudsendelser en vigtig del af sendeplanerne, da de sikrer seerne mulighed for at se programmer, disse ikke havde mulighed for at se ved førstegangssendelsen. I sin public service-redegørelse for 2010 skriver DR, at begrebet ikke blot dækker over programmer, der tidligere har været vist på den samme kanal, men også over hvad der har været vist på en anden af DRs kanaler samt såkaldte snaprepriser, hvor et program genudsendes inden for syv dage efter førstegangssendelsen (DR 2011a, 17). Især på de nye kanaler er brugen af genudsendelser en bevidst strategi, lyder det i public service-redegørelsen, da det "(...) typisk kun er et fåtal af de seere, der er målgruppen til et program, der ser programmet første gang, det sendes" (ibid., 19). Samtidig er det dog også et spørgsmål om økonomi, eller som DR anfører "(...) udtryk for en maksimal udnyttelse af ressourcer" (ibid.). Som det allerede er påpeget, fulgte ikke en tilsvarende forøgelse af indtægter eller medarbejderstab, da antallet af tv-kanaler blev fordoblet i efteråret 2009. Derfor har det været nødvendigt for DR at gøre brug af et større antal genudsendelser og indkøbte programmer for at udfylde den udvidede programflade på det større antal kanaler (ibid., 5).



Figur 5.3: Procentuel fordeling af førstegangssendetimerne på DRs tv-kanaler i årene 2005, 2010 og 2015. Figuren er baseret på tallene i tabel 5.3.

Tabel 5.4 giver et overblik over fordelingen af førstegangssendetimer og genudsendelsessendetimer på DRs tv-kanaler i årene 2005, 2010 og 2015. Heraf fremgår, at andelen af genudsendelser steg med 28 procentpoint fra 2005 til 2010, for så at udgøre en tilsvarende andel i 2015 af det noget større antal sendetimer. At andelen af genudsendelsessendetimer er steget så markant i første del af perioden, skyldes de nye kanalers tilkomst. Blandt andet bidrog nyhedskanalen DR Update i 2010 blot med 250 førstegangssendetimer på årsbasis, mens kanalens samlede antal sendetimer lå på 8.760 timer (jf. bilag 3). I 2015 var børnekanalen DR Ramasjang den kanal, der havde den største andel genudsendelsessendetimer. Til trods for at kanalen for de yngste børn sender flest timer inden for kategorien præsentationer, der som tidligere nævnt regnes for førstegangssendetimer, lå andelen af genudsendelsessendetimer for DR Ramasjang i 2015 på 91%. I den anden ende af skalaen, med den mindste andel genudsendelsessendetimer, lå DR2 i 2015 med 63% af kanalens samlede antal sendetimer (jf. bilag 4). Den høje andel af genudsendelsessendetimer på DR Ramasjang kan tilskrives det faktum, at udsendelserne ofte er af kort varighed, således at der er behov for et stort antal programmer for at udfylde programfladen (Interview med Regitze L.S. Heiberg, 10/3 2016). DR Ramasjang var i 2015 samtidig tv-kanalen med det mindste budget (DR 2016a, 52), således at de økonomiske rammer tilsvarende satte begrænsninger for andelen af nyproduceret indhold og nyindkøb.

	2005		2010		2015	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Førstegangssendetimer	5.124	49	6.819	21	9.005	21
Genudsendelsessendetimer	5.374	51	25.942	79	34.286	79
Samlet antal sendetimer	10.498		32.761		43.291	

Tabel 5.4: Fordelingen af det samlede antal førstegangs- og genudsendelses timer på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015.

5.2.4 Programtypefordelingen på DR1

Som det fremgik af kapitel 4, har DR1 siden DR2s tilkomst i 1996 fungeret som hovedkanal, en position der blev styrket i 2012. Som hovedkanal må det forventes, at DR1 sender et bredt udbud af programmer for derigennem at nå en stor andel af den samlede befolkning. Tilsvarende krav kan ikke stilles til DRs (segmenterede) porteføljekanaler. Tabel 5.5 viser, hvordan antallet og andelen af sendetimer fordeler sig på programtyper på hovedkanalen i årene 2005, 2010 og 2015, mens figur 5.4 er en illustrativ fremstilling af programtypernes procentuelle fordeling på DR1.

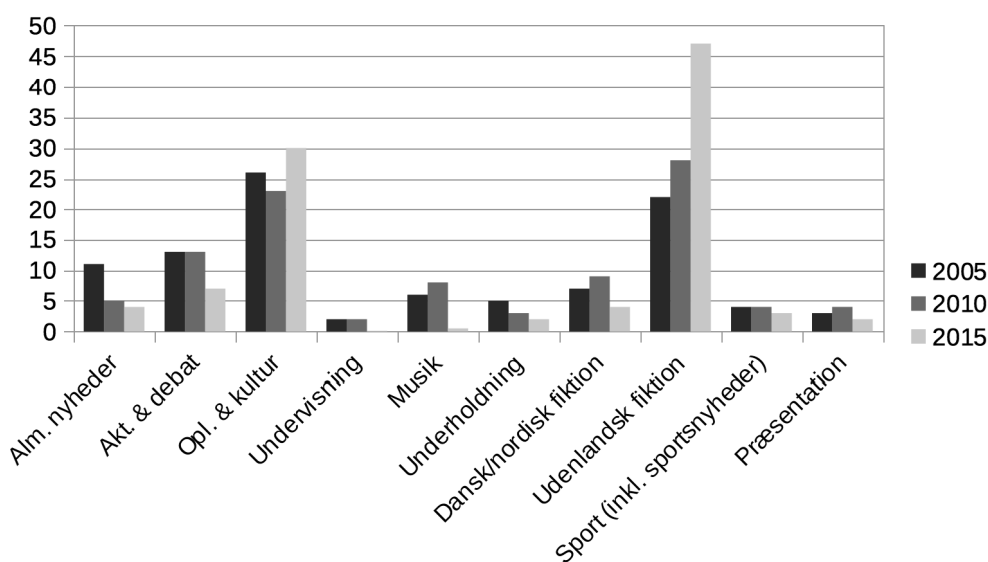
Programtype	2005		2010		2015	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	712	11	389	5	352	4
Aktualitet & debat	847	13	942	13	592	7
Oplysning & kultur	1.662	26	1.603	23	2.606	30
Undervisning	157	2	144	2	10*	0,1
Musik	409	6	576	8	46	0,5
Underholdning	326	5	248	3	161	2
Dansk/nordisk fiktion	424	7	623	9	331	4
Udenlandsk fiktion	1.403	22	2.022	28	4.064	47
Sport (inkl. sportsnyheder)	250	4	278	4	226	3
Præsentation	223	3	287	4	198	2
I alt	5.442		7.112		8.586	

Tabel 5.5: Antallet af sendetimer på hovedkanalen DR1 i 2005, 2010 og 2015 fordelt på programtype. Procenttallene angiver den enkelte programtypes andel af det samlede antal sendetimer det pågældende år. Procenttallene er afrundede til nærmeste hele decimal bortset fra de tilfælde, hvor resultatet er mindre end en procent. *Jeg henviser igen til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2.

Af tabel 5.5 fremgår, at udviklingen på DRs hovedkanal mellem 2005 og 2015 har båret i retningen af, at det samlede programudbud er blevet mindre varieret. Hvor det i 2005 var fire programtyper, der udgjorde mere end 10% af det samlede antal sendetimer på kanalen (almene nyheder, aktualitet & debat, oplysning & kultur samt udenlandsk fiktion), var der i 2010 tre programtyper (aktualitet & debat, oplysning & kultur samt udenlandsk fiktion) og i 2015 blot to programtyper (oplysning & kultur og udenlandsk fiktion) med så stor en andel. For alle de tre belyste år gælder, at de to programtyper oplysning & kultur og udenlandsk fiktion hver især har udgjort mere end 20% af kanalens samlede antal sendetimer, og i 2015 er det endda tæt ved halvdelen af alle DR1s sendetimer, nemlig 47%, der er udenlandsk fiktion. Med en stigning på 25 procentpoint fra 2005 til 2015 er der således tale om en særdeles omfattende vækst i antallet af sendetimer inden for en enkelt programtype. Ganske vist er det samlede antal sendetimer på kanalen steget, men for alle andre programtyper end oplysning & kultur og udenlandsk fiktion er sket et fald i både faktiske timetal og procentuelle andele fra 2005 og 2010 til 2015.

For kategorien almene nyheder gælder, at hvis man sammenholder nyhedssendetimerne for DR1 med nyhedssendetimerne for DRs samlede tv-flade (jf. tabel 5.1), fremgår, at der i 2015 samlet sendes langt flere timer inden for nyhedskategorien, end tilfældet var i 2005. Dette betyder altså, at det nu er andre kanaler end DR1, der varetager størstedelen af nyhedsudbuddet. I 2005 sendte DR2 blot 277 timer inden for nyhedskategorien, mens kanalen i 2015 stod for samlet 3.040 nyhedssendetimer (jf. bilag 2 og 4). At der forekommer udsving i sendetimetallet inden for sportskategorien, kan, som allerede nævnt, tilskrives den årlige variation

af sportsbegivenheder, som DR dækker. Faldet i antallet af undervisningssendetimer er så usikkert, at det ikke skal behandles yderligere her end de kommentarer, der allerede er knyttet til programtypen. For de resterende fire programtyper, aktualitet & debat, musik, underholdning og dansk/nordisk fiktion, gælder det samme som for nyhedssendetimerne: Skønt de på hovedkanalen er faldet, så de i 2015 alle er under niveauet fra 2005, sendes der i DRs samlede udbud på tværs af porteføljens kanaler flere timer inden for hver kategori. Således skal faldet på DR1 (delvist) ses som konsekvens af kanalporteføljens ændrede profiler. Eksempelvis viser DR Ramasjang og DR Ultra børnejulekalendre (dansk/nordisk fiktion) og børnefjernsynsprogrammer (underholdning og dansk/nordisk fiktion), der tidligere blev vist på DR1. Som det allerede er nævnt, kan det meget markante fald i antallet af musiksendetimer delvist tilskrives, at programmet *Boogie* blev lukket på DR1. Men også DR Ks og DR3s tilstedeværelse i kanalporteføljen i 2015 kan forklare en del af faldet af musiksendetimer på hovedkanalen, idet disse kanaler i høj grad varetager formidling af klassisk og rytmisk musik. Aktualitet & debat er en kategori, hvor der i DRs samlede programudbud på tværs af tv-kanalerne er set mere end en fordobling fra 2010 til 2015, og også den procentuelle andel er steget i de sidste fem år af den belyste periode. Som programtype afspejler aktualitet & debat naturligt de aktuelle begivenheder, der finder sted det pågældende år, hvorfor udsving naturligt vil forekomme. Eftersom der i 2015 både fandt en afstemning om Danmarks EU-retsforbehold og et folketingsvalg sted, kan manglen på større begivenheder ikke forklare faldet i antallet og andelen af sendetimer inden for aktualitets- & debatkategorien på DRs hovedkanal. Derimod gælder, at DR2s profilomlægning til dedikeret samfunds- og debatkanal har bevirket, at en stor andel af DRs samlede sendetimer inden for kategorien er at finde på denne kanal. Mere præcist sendte DR2 i 2015 1.918 timer inden for kategorien aktualitet & debat mod 337 timer i 2010 og 745 timer i 2005. Fra at det var DR1, der i både 2005 og 2010 var den primære formidler af aktualitets- & debatsendetimer, var det altså DR2 i 2015.



Figur 5.4: Procentuel fordeling af sendetimerne på DR1 i 2005, 2010 og 2015. Figuren er baseret på tallene fra tabel 5.5.

I public service-redegørelsen for 2010 beskriver DR, hvordan præsentationer er vigtige i mangekanalsystemet, og i særdeleshed på DR1: "Særligt på DR1 spiller programomtalerne en central rolle, da denne kanal ses dagligt af en meget stor del af befolkningen og hermed også er det bedste udstillingsvindue for programmer og indhold på DRs øvrige kanaler og medier" (DR 2011a, 11). Men både andelsmæssigt og i faktiske timetal er sendetimerne inden

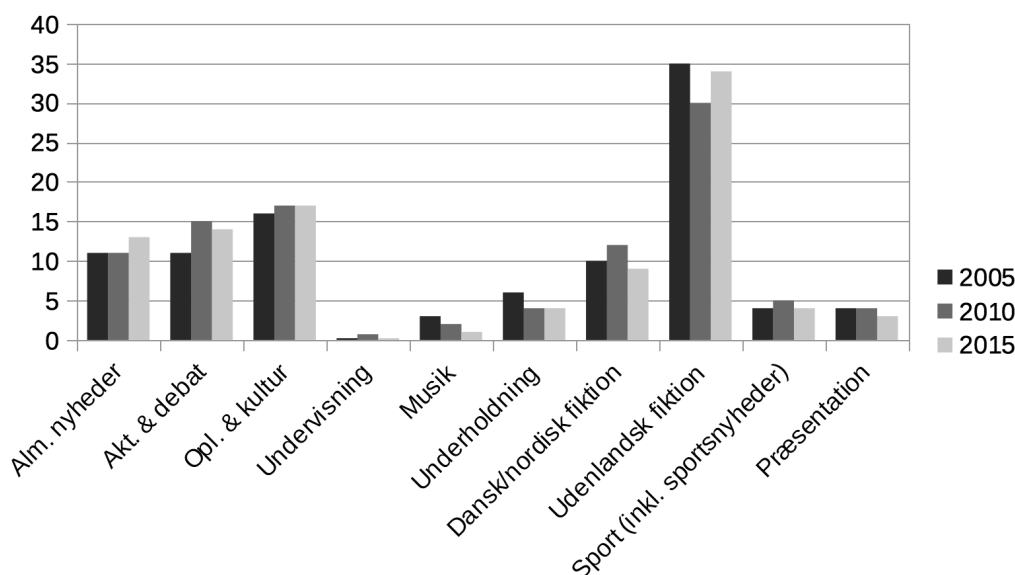
for programtypen præsentation faldet fra 2005 til 2015, efter en fremgang i 2010³⁷. Denne udvikling er interessant set i lyset af, at antallet af porteføljekanaler, der kan henvises til, er steget i samme periode. I kapitel 6 allokeres et specifikt afsnit til en analyse af programpræsentationerne på DRs tv-kanaler.

Det hører med til det billede, der tegner sig, at DR1s daglige sendetid er udvidet hen over de ti år. Hvad der sendes på kanalen i formiddagstimerne og de sene nattetimer er, i forhold til ønsket om seerens møde med et varieret programudbud, af mindre betydning end det indhold, der sendes i prime time, hvor kanalen har flest seere. For at undersøge hvorvidt der er forskel på fordelingen af sendetimer i prime time set i forhold til hele døgnet, viser tabel 5.6, hvordeles sendetimerne på DR1 i tidsrummet klokken 17–24 fordeler sig på de ti programtyper. Figur 5.5 illustrerer den procentuelle fordeling. Af tabellen fremgår, at det for en stor del af programtyperne gælder, at deres andel af det samlede udbud i tidsrummet klokken 17–24 på DR1 er forholdsvis stabilt fra år til år. Dette gælder også de to programtyper oplysning & kultur og udenlandsk fiktion, som også i dette tidsrum udgør de største programkategorier både i antallet og andelen af sendetimer. Derfor må den meget markante udvikling, hvor der i DR1s *samlede* programudbud for hele døgnet er set en tredobling af antallet af sendetimer inden for kategorien udenlandsk fiktion fra 2005 til 2015, tilskrives hovedkanalens udvidede sendetid.

Programtype	DR1 i 2005 kl. 17-24		DR1 i 2010 kl. 17-24		DR1 i 2015 kl. 17-24	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	309	11	290	11	337	13
Aktualitet & debat	293	11	404	15	369	14
Oplysning & kultur	449	16	454	17	458	17
Undervisning	6	0,2	18	0,7	6*	0,2
Musik	74	3	58	2	34	1
Underholdning	162	6	102	4	119	4
Dansk/nordisk fiktion	277	10	333	12	251	9
Udenlandsk fiktion	950	35	831	30	917	34
Sport (inkl. sportsnyheder)	115	4	135	5	96	4
Præsentation	108	4	108	4	88	3
I alt	2.743		2.733		2.675**	

Tabel 5.6: DR1s sendetimer i 2005, 2010 og 2015 i tidsrummet klokken 17–24 fordelt på programtype (i TV-Meter er søgt på tidsrummet 16.55–24.05 for at opfange skæve start- og sluttidspunkter). Procenttallene angiver den enkelte programtypes andel af det samlede antal sendetimer i tidsrummet det pågældende år. Procenttallene er afrundede til nærmeste hele decimal bortset fra de tilfælde, hvor resultatet er mindre end en procent. *Jeg henviser igen til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2. **At der er variationer i det samlede antal sendetimer i tidsrummet, må tilskrives forskelle i detaljeringsgraden af indrapporteringerne, altså i antallet af programmer, der ikke har fået en fyldestgørende programtype- eller sendestatusangivelse.

³⁷Antallet af præsentationer er tilsvarende faldet fra 2005 til 2015 efter en fremgang i 2010: I 2005 blev der på DR1 sendt 35.901 præsentationer, i 2010 46.526 præsentationer og i 2015 32.419 præsentationer. I kapitel 6 undersøger jeg *varigheden* af præsentationselementerne.



Figur 5.5: Procentuel fordeling af sendetimerne på DR1 i tidsrummet klokken 17–24. Figuren er baseret på tallene fra tabel 5.6.

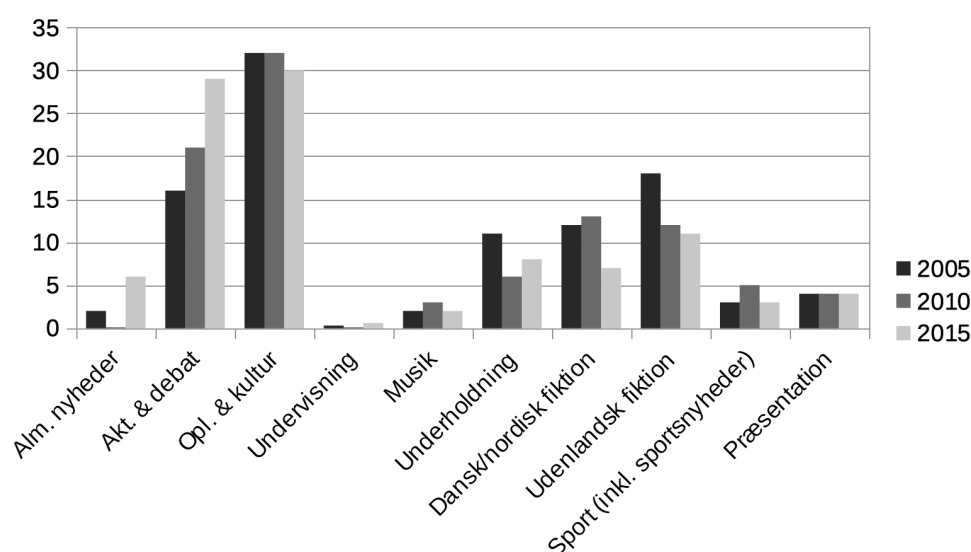
Som nævnt i afsnit 5.2.2 om sendetimernes fordeling i prime time er tidsrummet klokken 17–24 valgt for at favne både DRs børnekanaler og DR2 og DR3, der har en senere prime time. For DR1 gælder, at kanalens super prime time, altså der hvor flest seere befinder sig på kanalen, er tidsrummet mellem de to *TV-Aviser*, altså mellem klokken 19 og 21 i 2005 og 2010, og mellem klokken 19 og 21.30 i 2015. Sendetidspunktet for den sene *TV-Avis* blev flyttet i 2012 med det formål at udvide super prime time, og dermed styrke hovedkanalen³⁸. Tabel 5.7 viser sendetimernes fordeling på DR1 i dette meget begrænsede, men ikke desto mindre essentielle tidsrum.

Programtype	DR1 i 2005 kl. 19-21		DR1 i 2010 kl. 19-21		DR1 i 2015 kl. 19-21.30	
	Timer	Procent	Timer	Procent	Timer	Procent
Almene nyheder	12	2	1	0,1	55	6
Aktualitet & debat	122	16	157	21	275	29
Oplysning & kultur	244	32	267	32	288	30
Undervisning	2	0,3	1	0,1	6*	0,6
Musik	15	2	24	3	17	2
Underholdning	82	11	46	6	77	8
Dansk/nordisk fiktion	88	12	99	13	64	7
Udenlandsk fiktion	136	18	88	12	109	11
Sport (inkl. sportsnyheder)	19	3	41	5	28	3
Præsentation	32	4	34	4	35	4
I alt		752		758		954

Tabel 5.7: DR1s sendetimer i tidsrummet mellem aftenens to hovednyhedsudsendelser i 2005, 2010 og 2015. Procenttallene angiver den enkelte programtypes andel af det samlede antal sendetimer i tidsrummet det pågældende år. Procenttallene er afrundede til nærmeste hele decimal bortset fra de tilfælde, hvor resultatet er mindre end en procent. *Jeg henviser igen til min redegørelse for undervisningssendetimerne i kapitel 2.

³⁸En kørsel i TV-Meter til belysning af DR1s seertal i løbet af en aften viser, at antallet og andelen af seere (målt i *ratings* (det gennemsnitlige seertal minut for minut) og *share* (DR1s andel af de seere, der aktuelt ser tv)) stiger frem mod klokken 20–21, for så herefter af falde igen (jf. bilag 5).

Af tabel 5.7 fremgår, at mens oplysning & kultur stadig er en dominerende programtype, faktisk den største kategori alle tre år, så er antallet og andelen af sendetimer inden for programtypen aktualitet & debat steget fra 2005 til 2015, så programtypen i 2015 er næsten på størrelse med oplysning & kultur-kategorien. Den udenlandske fiktion (som i dette tidsrum blandt andet udgøres af den ugentlige *Disney sjov*-udsendelse) er derimod faldet fra 2005 til 2015, både i faktiske antal sendetimer og i procentuel andel, omend der er set en stigning fra 2010 til 2015 i faktiske sendetimer. Trods det lidt anderledes billede der dermed tegner sig af programtypernes fordeling i DR1s super prime time, er der, som figur 5.6 illustrerer, stadig tale om et programudbud med en uensartet fordeling. Udviklingen fra 2005 til 2015 har endda båret i retning af et mindre varieret udbud: Hvor det i 2005 var fem programtyper, der hver især udgjorde mere end 10% af sendetimeudbuddet, var det i 2010 fire programtyper og i 2015 blot tre.



Figur 5.6: Procentuel fordeling af sendetimerne på DR1 i tidsrummet klokken 19–21/21.30. Figuren er baseret på tallene fra tabel 5.7.

Opsamlende kan det konstateres, at programudbuddet på DRs hovedkanal, vurderet ud fra *fordelingen af programtyper*, er blevet væsentligt mindre varieret i 2015, end tilfældet var i 2005 og 2010, når man ser på døgnets samlede programudbud. Årsagen til dette skal findes i den betragtelige vækst i antallet af sendetimer inden for kategorierne oplysning & kultur og udenlandsk fiktion. Fokuseres på tidsrummet klokken 17–24, fremkommer et noget andet billede af programudbuddet, hvor de to programtyper almene nyheder og aktualitet & debat også udgør mere end 10% af sendetimerne, men der er stadig tale om, at programtyperne udenlandske fiktion og oplysning & kultur dominerer fladen. I DR1s super prime time mellem de to *TV-Aviser* er andelen af den udenlandske fiktion i 2015 blot den tredjestørste programtype, overhalet af aktualitets- & debatsendetimerne. Dog sendes stadig flest oplysnings- & kultursendetimer i dette tidsrum. Sammenholdes analysen af sendetimernes fordeling på hovedkanalen hele døgnet med analyserne for tidsrummet klokken 17–24 og klokken 19–21/21.30 fremkommer altså mindre variationer. Der er dog for alle tre tidsrum tale om en uensartet fordeling af sendetimer på de ti (ni hvis præsentationerne fraregnes) programtypekategorier, der endda er blevet mere skæv hen over perioden.

5.3 Diskussion om alsidigheden og mangfoldigheden i DRs programudbud

På baggrund af de fire delanalyser vil jeg i dette afsnit diskutere, hvorledes programudbudets karakter af alsidighed og mangfoldighed har udviklet sig i perioden 2005–2015. Som det fremgik af kapitlets teoretiske behandling af alsidighedsbegrebet, betragter jeg her alsidighed og mangfoldighed som et udtryk for de forskellige programtypers forholdsvis ligelige repræsentation i programudbuddet.

Gennem kapitlets analyser har jeg vist, at DRs programudbud er blevet mindre varieret fra 2005 til 2015. Dette gælder både det samlede udbud på tværs af kanalporteføljen og programudbuddet på DR1. Denne udvikling skyldes primært den betragtelige vækst i antallet og andelen af sendetimer inden for de to programtyper udenlandsk fiktion og oplysning & kultur. Som det fremgik af afsnit 5.2.4, tegner sig et mere nuanceret billede af programtypernes fordeling, når der fokuseres på hovedkanalen i super prime time. Men samtlige analyser har vist, at de samme programtyper dominerer fladen. Som jeg har peget på undervejs i kapitlet, kan denne udvikling tilskrives en række faktorer. Først og fremmest gælder, at programudbuddet i den samlede portefølje skal ses som meget direkte konsekvens af de forskellige kanalprofiler i porteføljen: Når DRs kanalportefølje i 2015 inkluderede to børnekanaler, en historie- og kulturkanal og en kanal for den yngre del af målgruppen, sætter det sit præg på programfladen i form af en stor andel oplysning & kultur og fiktion. Havde DR stadig drevet en nyhedskanal, eller huset en kanal for sport, for folketingsdebatter eller for gamle, danske film, havde et andet billede af programudbuddet tegnet sig. Opgørelserne har netop vist, at der i løbet af perioden har været udsving i fordelingen mellem programtypernes sendetimetotal som følge af aktuelle begivenheder, specifikke programmers tilstedeværelse i fladen og ikke mindst porteføljens kanalprofiler.

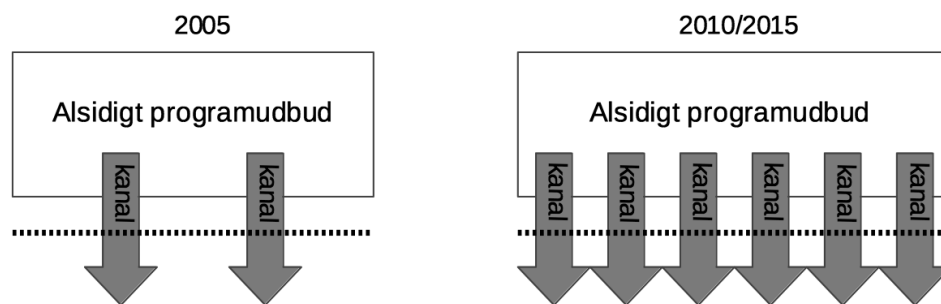
En anden medvirkende faktor til det mindre varierede programudbud er DRs økonomiske rammevilkår: At DR har firedoblet sit antal sendetimer, giver umiddelbart bedre mulighed for at sende et bredt og varieret programudbud. Men når DRs indtægter ikke er øget i et omfang, der svarer til den udvidede portefølje og sendetid, må DR forlade sig på at sende en større andel indkøbte programmer og genudsendelser. Indkøb og genudsendelser foretages oftest inden for programtyper som fiktion og oplysning & kultur, mens eksempelvis almene nyheder og aktualitet & debat typisk vil være nye (omkostningstunge) egenproduktioner. Af kapitel 4 fremgik, at DR1 er kanalen med det største budget og den kanal, der prioriteres højest i porteføljen. Så når programudbuddet på hovedkanalen (super prime time, prime time og hele døgnet) er blevet mindre varieret fra 2005 til 2015, kan det ikke tilskrives en manglende villighed til at sende egenproduktioner eller andre dyre formater. I stedet må denne udvikling ses som konsekvens af, at DR1 som hovedkanal skal kunne konkurrere og appellere bredt, hvilket programmer inden for kategorierne udenlandsk fiktion og oplysning & kultur typisk gør.

Skønt jeg kan konstatere, at det samlede programudbud har udviklet sig, så det domineres af færre programtyper, vil jeg argumentere for, at det ikke er ensbetydende med, at graden af alsidighed er blevet mindre. Dette skyldes først og fremmest, at skønt nogle programtyper er vokset mere end andre, er der – når det gælder de *faktiske sendetimer* – set en vækst inden for stort set alle programtyper fra 2005 til 2015³⁹. Således gælder, at selvom DR sender knap fem gange så mange timers oplysning & kultur og små seks gange så mange timers udenlandsk

³⁹Kun undervisningssendetimerne er der reelt blevet færre af (også hvis vi lægger DRs egne tal til grund for konklusionerne), og som jeg har beskrevet, forklarer DR selv dette med, at man blandt andet har flyttet undervisningsindholdet til andre, mere egnede, platforme.

fiktion i 2015 som man gjorde i 2005, har seerne i samme periode fået stillet eksempelvis mere end dobbelt så mange timers sportsudsendelser til rådighed, ligesom der er kommet mere end tre gange så mange timers nyhedsudsendelser, mere end dobbelt så mange timers aktualitet & debat og mere end fem gange så mange timers dansk/nordisk fiktion.

Dernæst trækker jeg i denne argumentation på McQuails (1993) og Hellmans (2001) skelnen mellem henholdsvis intern og ekstern, og vertikal og horisontal diversitet (jf. afsnit 5.1.3). Figur 5.7 illustrerer DRs midler (altså tv-kanaler) til at kommunikere sit programudbud i en portefølje bestående af henholdsvis to og seks kanaler. Den stiplede linje skal forstås som, hvilke kanaler (og dermed programmer) den enkelte seer på et givent tidspunkt kan vælge mellem.



Figur 5.7: Illustration af den horisontale alsidighed i 2005 og 2010/2015.

Som det fremgår af figuren, kunne seeren i 2005 vælge at se et program på enten DR1 eller DR2, mens denne i 2010 og 2015 kunne vælge mellem seks forskellige kanaler. Naturligvis er der forskel på målgrupperne, men i 2015 gælder, at den voksne seer reelt kunne vælge mellem DR1, DR2, DR3 og DR K, der kan forventes at sende forskelligt indhold – ikke bare programtypemæssigt, men også tematisk eller æstetisk (dette påpegede jeg i kapitel 4 om komplementariteten mellem kanalerne. I kapitel 6 vil jeg undersøge, om kanalerne (i prime time) faktisk sender komplementære programtyper). For børnemålgruppen har kanalporteføljens omlægning betydet, at hvor man i 2005 skulle vente til klokken 17 for at se en børneudsendelse, kunne man i 2015 se DR Ramasjang eller DR Ultra fra tidlig morgen til sengetid. I forhold til alsidighedsspørgsmålet betyder dette, at selvom både DR1, DR3 og DR Ultra på et givent tidspunkt skulle sende udenlandsk fiktion, er der mulighed for, at de resterende tre kanaler sender andre programtyper. Samtidig vil den pågældende udenlandske fiktion på de tre kanaler sandsynligvis være af forskellig karakter, omend programtypen er den samme⁴⁰. Således er den 'øjeblikkelige' horisontale alsidighed og mangfoldighed i DRs programudbud blevet styrket med kanalporteføljens udvidelse og omlægning⁴¹.

Anderledes tager det sig ud for den vertikale/interne alsidighed, altså alsidigheden på den enkelte kanal. Hvor både DR1 og DR2 i 2005 havde (forholdsvis) brede profiler, er det i 2015 kun DR1, der er en egentlig bred kanal. Derfor er det kun DR1, der i 2015 kan siges at rumme vertikal alsidighed, mens hver enkelt af porteføljekanalerne ikke kan siges at være alsidig, som følge af deres profilering. Når jeg i afsnit 5.2.4 alligevel har vist, at DR1s programudbud er blevet mindre varieret fra 2005 til 2015, skal det ses som konsekvens af porteføljekanalernes tilkomst: Programtyper er flyttet fra DR1 til porteføljekanalerne, hvilket har påvirket DR1s

⁴⁰Dette er netop et eksempel på, at de meget brede programtypekategorier ikke opfanger vigtige detaljer, og at der således er en begrænsning ved metodens anvendelighed. Denne begrænsning relaterer sig ikke blot til mine resultater, men til selve det at vurdere DRs public service-virksomhed på baggrund af sådanne opgørelser.

⁴¹I og med at der med seerens horisontale valgmuligheder er tale om et øjebliksbillede, vil der naturligvis være forskel på graden af alsidighed i prime time og eksempelvis midt på natten eller i morgentimerne, der, som følge af færre seere, ikke har samme prioritet for DR.

vertikale alsidighed. I tillæg hertil kommer DRs ønske om, at DR1 skal appellere bredt og stå godt i konkurrencen, som jeg påpegede ovenfor.

Som det fremgik af afsnit 5.1, er DR ifølge radio- og fjernsynsloven forpligtet på at sende et bredt udbud af programmer og tilstræbe alsidighed og mangfoldighed i det samlede udbud. At DRs samlede udbud lever op til dette kriterie er dog ikke ensbetydende med, at seernes tv-forbrug er i overensstemmelse hermed. I sagens natur kan DR kun stille et varieret udbud til rådighed, ikke sikre at befolkningen benytter dette (i kapitel 6 vil jeg belyse, hvilke programlægningsværktøjer tv-kanalerne kan anvende i forsøget på at styre forbruget). Når DR skal levere et bredt programudbud, ligger der forskellige hensigter, eller forventninger, bag: For det første skal det sikres, at der i løbet af en vis periode er noget for enhver smag (Søndergaard 1994, 89). For det andet betyder et bredt programudbud med stor sandsynlighed, at hele befolkningen (igen: i løbet af en vis periode) kan finde noget af interesse. Men implicit ligger der også en forventning om, at et varieret programudbud kan stimulere et varieret forbrug.

Hvor kanalsystemet med horisontal alsidighed giver den åbentlyse udfordring for det varierede forbrug, at eksempelvis en DR K-seer ikke mødes af vertikal alsidighed, har også enkeltkanalsystemet, hvor en bred kanal har en høj grad af vertikal alsidighed, udfordringer. På en omnibuskanal, der både skal rumme et alsidigt indhold og begå sig i et konkurrerende medielandskab, vil programmer med få seere blive henvist til ydertiderne (sådan som det tidligere skete med kulturstoffet på DR1, jf. interviewet med Flemming Hedegaard Larsen, 10/2 2016). Dette resulterer i en samlet dårligere betjening af befolkningens forskellige målgrupper, og der er stor sandsynlighed for, at seerne vil finde det efterspurgte indhold et andet sted (jf. diskussionen i afsnit 5.1.2). Den tidsmæssige kapacitet, DR opnår i en mangekanalportefølje, styrker seerens valgmuligheder inden for det samlede programudbuds alsidighed og mangfoldighed, om end det bliver på tværs af porteføljen.

Når det gælder DRs betjening af seerne, er det nødvendigt at skelne mellem to grundlæggende forskellige, og til en vis grad modsatrettede, dimensioner. I kapitel 3 citerede jeg Søndergaard (1995, 25-26) for at sondre mellem to forskellige opfattelser af, hvad der ligger i public service-begrebet og public service-institutionernes opgave over for seerne, lytterne og brugerne. Ifølge Søndergaard kan begrebet både tolkes som en ydelse leveret af en offentlig instans rettet mod samfundets borgere, og som en betjening af forbrugerne der skal imødekomme den enkeltes smagspræferencer. Denne sondring går igen i diskussionen om, hvorvidt udviklingen af DRs tv-virksomhed er ensbetydende med en bedre betjening af seerne.

På den ene side er seernes *horisontale valgmulighed* forbedret i mangekanalporteføljen og -systemet. Som figur 5.7 illustrerer, kan seeren på ethvert tidspunkt vælge mellem et program på flere kanaler, der, i hvert fald i et vist omfang, må forventes at sende komplementært. I modsætning hertil må seeren i et medielandskab/en kanalportefølje med få kanaler vente længere tid på et program, der imødekommer dennes smag. At seerens horisontale valgmulighed er styrket, kolliderer på den anden side med den anden opfattelse af, hvad der ligger i det at betjene seerne. Denne opfattelse kan betegnes som den traditionelle eller oprindelige public service-opfattelse, der af BBCs første generaldirektør John Reith blev udtrykt således at: "(...)few know what they want and very few what they need", hvorfor det var nødvendigt med public service-institutioner til at styre mediebrugen (se eksempelvis Moe og Syvertsen 2009, 400). Her er det især den sidste del af citatet, der er relevant, nemlig det at seerne ikke ved, hvad de har *behov for*. Dette skal ses i sammenhæng med den implicitte forventning om, at et varieret programudbud kan stimulere et varieret indholdsforbrug. Et omfattende horisontalt programudbud giver seerne mulighed for at vælge indhold, der ikke nødvendigvis er i overensstemmelse med, hvad man ud fra et samfundsperspektiv kan opfatte som, hvad seerne har behov for. Eksempelvis kan en seer have lyst til at se fiktion, hver gang det

er muligt, men fatter ingen interesse for nyhedsudsendelser. I et (enkel)kanalsystem med vertikal alsidighed vil seeren ofte være tvunget til at vælge mellem at se andre genrer end fiktion eller at slukke for sit tv. I et mangekanalsystem vil der være flere muligheder for at se fiktion, i hvert fald hvis kanalerne sender komplementært, hvorved nyhedsgenren nemmere kan undgås. I kapitel 7 og kapitel 8 vil jeg vende tilbage til denne udfordring i forhold til on demand-funktionen på DRs streaming-tjeneste DR TV.

Som afslutning på diskussionen om alsidighed og mangfoldighed i DRs programudbud vil jeg endnu engang pointere, at undergenrer ikke fremgår af de brede kategorier, jeg her har analyseret. Eksempelvis vil børne-, litteratur- og madprogrammer alle blive placeret i samme oplysning & kultur-kategori. Tilsvarende lader alsidigheden af musikalske genrer, sportsgrene, politiske synspunkter, minoritetskulturer mv., DR måtte dække i et givent program, sig ikke opføre i en kvantitativt programudbudsanalyse af en tiårig periode. Det er altså vigtigt at være opmærksom på, at blot fordi få genrer dominerer DRs programflade (samlet såvel som på den enkelte kanal), kan der stadig være tale om et alsidigt udbud inden for den enkelte genre.

At belyse fordelingen af sendetimer på DRs kanaler i 2005, 2010 og 2015 kan give et indtryk af, hvilket programudbud seerne er blevet mødt af de pågældende år. Men at sammenligne programtypefordelingen år for år i en kanalportefølje, hvor kanalerne er målrettet specifikke seersegmenter og deres profiler omlægges, forekommer til en vis grad urimeligt, for naturligvis tegner sig et andet billede når DR huser en nyhedskanal end når der sendes indhold på to børnekanaler. I tillæg hertil bør det naturligvis diskuteres, hvor ligelig fordelingen mellem programtyperne bør være. Det kan forekomme paradoksalt, at DR sender 226 timers undervisningsprogrammer på tv (som det ifølge DR var tilfældet i 2015 (DR 2016a, 8)) når der sendes knap 14.000 timers udenlandsk fiktion. Men denne fordeling afspejler flere faktorer, herunder seernes efterspørgsel, forventningerne til DRs virksomhed samt spørgsmålet om, hvilke platforme der bedst kan anvendes til formidling af hvilket indhold.

5.4 Opsamling

I dette kapitel har jeg analyseret DRs årlige programudbud i 2005, 2010 og 2015. Ud fra en inddeling af DRs sendetimer i ti forskellige programtyper har jeg undersøgt, hvorledes programudbuddet har ændret sig, og peget på de centrale årsager til forandringerne. Jeg har anvendt alsidighed og mangfoldighed som parameter i mine analyser af programudbuddet. Specifikt har jeg undersøgt programtypefordelingen i det samlede programudbud, i udbuddet i prime time, i førstegangssendetimerne og i DR1s sendetimer (både hele døgnet, i prime time og i super prime time). På baggrund heraf kan jeg slå fast, at det generelt gælder, at fordelingen af programtyper er mindre varieret i 2015 end i 2005 og 2010, idet især programtyperne udenlandsk fiktion og oplysning & kultur dominerer udbuddet. Denne udvikling kan grundlæggende tilskrives firedoblingen af DRs sendetimer, kanalporteføljens ændrede sammensætning, den konkurrencesituation DR befinder sig i samt DRs økonomiske vilkår. Jeg har dog påpeget, at der for stort set alle programtyper er set en stigning i antallet af faktiske sendetimer.

Jeg har afslutningsvis diskuteret, hvorvidt en kvantitativ programudbudsanalyse kan anvendes i undersøgelsen af programudbuddets alsidighed og mangfoldighed. Jeg mener, at analysen kan give et overskueligt indtryk af programudbuddet, men at billedet nødvendigvis må nuanceres, da undersøgelsen (i sagens natur) er fattig på detaljer. Jeg har argumenteret for, at alsidigheden og mangfoldigheden nu må findes horisontalt i kanalporteføljen, frem for vertikalt på den enkelte kanal.

KAPITEL 6

Strukturer, flow og samspil i DRs programflade

En del af DRs public service-virksomhed formes af langsigtede strategier og årlige fordelinger af programtyper. Imidlertid kommer det programpolitiske arbejde og strategierne også til udtryk på mere detaljeret niveau i de ugentlige programflader på institutionens kanaler. I og med at DR siden 1996 har drevet en flerkanalportefølje, er de strategiske overvejelser om, hvornår i programfladen et program skal placeres for at opnå bedst mulig seertilslutning, gået fra at gælde den enkelte kanal til at vedrøre den samlede kanalportefølje. Programlægning er nu både et spørgsmål om *hvor* og *hvornår*. På porteføljeniveau må tages hensyn til den enkelte kanals profil, til hvordan kanalporteføljens forskellige målgrupper samlet imødekommes, og til hvordan et publikum bygges op og eventuelt flyttes rundt mellem kanalerne i løbet af en aften eller uge. Mangekanalporteføljen, det omfattende kanallandskab og det at DRs programmer kan opleves on demand giver nye vilkår for programlægningen, og udfordrer de værktøjer, der traditionelt har været anvendt for at indfange og fastholde seerne. I dette kapitel vil jeg analysere, hvorledes DR tilrettelægger sine prime time-programflader på de lineære tv-kanaler med hensyn til, hvilke programmer der sendes, hvilke programlægningsstrategier der gør sig gældende, hvilke strukturer der skabes i programfladen og hvorledes kanalerne bindes sammen.

I kapitel 4 beskrev jeg, hvordan konkurrence og generelle markedstendenser har betydning for profileringen af DRs samlede tv-kanalportefølje og de enkelte kanaler i porteføljen. I kapitel 5 konkluderede jeg, at kanalporteføljens organisering betyder, at det alsidige og mangfoldige programudbud skal findes på tværs af porteføljen og ikke på den enkelte kanal. Den omfattende kanalportefølje med målrettede kanalprofiler er en fordel for både den enkelte seer og den samlede befolkning, som på ethvert givent tidspunkt kan vælge mellem mere indhold. Samtidig er denne strategi dog en udfordring for DR som public service-institution. I og med at DRs alsidige og mangfoldige udbud findes på tværs af porteføljen, er det afgørende for DRs legitimitet, at kanalerne bindes sammen til et samlet udbud. Hvis den enkelte seer isoleres på en smalt profileret porteføljekanal uden kendskab til resten af DRs indhold, bidrager DR ikke til et varieret mediebrug i befolkningen eller faciliterer en fælles, offentlig samtale, hvilket svækker institutionens betydning. På baggrund af denne problemstilling vil jeg i dette kapitel undersøge, hvorvidt DR driver sin mangekanalportefølje, så der er et reelt samspil mellem de henholdsvis to og seks kanaler i 2005, 2010 og 2015, eller om kanalerne i højere grad fremstår som en række individuelle tilbud. Det sidste spørgsmål vil jeg besvare ud fra fire parametre:

hvorvidt sendetiderne er koordinerede på tværs af porteføljen (også formuleret som hvorvidt der etableres 'kryds' mellem kanalerne), hvordan DRs egenproduktioner er placeret i forhold til hinanden, hvorvidt der er genrekomplementaritet kanalerne imellem i løbet af prime time samt om der foretages programhenvisninger på tværs af porteføljen.

Jeg indleder kapitlet med at belyse forskellige teoretiske aspekter af programlægning og det at skabe et flow i en programflade. Herefter følger kapitlets analyser af de tre dimensioner struktur, flow og tværkanalprogramlægning. De tre dimensioner bygger på hinanden, og fører gradvist frem til en afklaring af, hvorvidt den udfordring, den enkelte porteføljekanalens homogene karakter er for DR, opvejes af kanalporteføljens samspil.

6.1 Programlægning

Programlægning, også betegnet som schedulering, refererer til det at udvælge programmer og tilrettelægge rækkefølgen af disse (samt andre indslag såsom trailers og programomtaler) til en programflade (Bignell 2013, 274). Ifølge Ellis indtager programlægningen en helt central rolle for fjernsynsmediet:

"Genres are the basic building blocks of television, and the schedule is the architecture that combines them. Everywhere the specific nature of television is defined by the schedule. The placing of particular programme types in relation to each other and to the predominant patterns of viewing habits; the balance between particular forms of programming; the choice of particular tendencies within those forms of programming: these are the defining characteristics of everyday broadcast television. The schedule defines the everyday specificity of television". (Ellis 2002, 131)

Som det fremgår af citatet, rummer programlægning flere elementer og tjener flere formål. Men i takt med at konkurrencen mellem tv-kanalerne er intensiveret, er det at kunne sammensætte en stærk programflade blevet et afgørende konkurrenceelement. En veltilrettelagt programflade kan fastholde seerne og føre dem derhen, hvor tv-institutionen anser det for vigtigt at have sine seere, og en række teknikker er blevet udviklet for at optimere seerfastholdelsen. Hvor det oprindeligt var de private aktører, der gjorde brug af sådanne greb, har også public service-institutionerne taget de forskellige teknikker til sig i takt med den øgede konkurrence. Jeg vil i dette afsnit belyse forskellige aspekter af programlægningen: seernes afgørende betydning, de udfordringer den effektive programlægning giver for public service-institutionerne, de basale programlægningsværktøjer, som jeg også vil inddrage i de efterfølgende analyser, og endelig hvilke greb der anvendes i programmellemrummende for at fastholde seerne, efter at en udsendelse er ophørt.

6.1.1 Programlægning og seere

I sin grundlæggende form er programlægning, ifølge Ytreberg (2002, 286), båret af: "The wish to maximise time-continuous viewing of several programmes(...)". Men programlægningsopgaven har selv sagt taget sig forskelligt ud gennem tv-mediets historie, og har ikke mindst ændret sig i takt med det øgede antal sendetimer, den stigende konkurrence på tv-markedet og udviklingen af segmenterede kanaler og nye platforme. Ellis (2002) kæder programlægningens betydning og praksisser sammen med den teknologiske udvikling: I det han betegner som *the era of scarcity*, altså i den periode af broadcastingens historie, hvor antallet af kanaler var begrænset, bestod programlægning ifølge Ellis i, at programmer blev placeret således, at de så vidt muligt afspejlede den dagligdags rutine hjemme hos seerne (ibid., 132). Når der

var hektisk aktivitet i hjemmet i den sene eftermiddag og tidlige aften, blev programfladen tilpasset med kortvarige programmer, hvor seerne kunne gå til og fra skærmen, mens de længerevarende programmer, og programmer der forandrede indhold, blev placeret senere på aftenen. Om programlægning i *the era of availability*, perioden hvor seerne (og tv-stationer) har fået stillet flere tv-kanaler til rådighed, skriver Ellis, at det er karakteristisk, at det enkelte program er blevet mindre betydningsfuldt på bekostning af kanalens identitet (ibid., 134), en tendens der også blev beskrevet i kapitel 4. Ifølge Ytreberg (2002), har den øgede konkurrence mellem kanalerne betydet, at programlægning er blevet mere end blot at placere forskellige programmer efter hinanden. Programlægningen er, ifølge Ytreberg, et centralt værktøj i det at fastholde seerne, hvorfor funktionen som programlægger blev en stadigt mere betydningsfuld og magtfuld profession op gennem 1990'erne (Ytreberg 2002, 293; Ihlebæk, Syvertsen, og Ytreberg 2014, 47).

Idet programlægning (i et konkurrencepræget tv-landskab) vil tilstræbe at fastholde seeren til mere end et enkelt program, bliver det at tilrettelægge en succesfuld programflade et spørgsmål om at kende og kunne forudsige seernes vaner og bevægelser rundt i kanallandskabet. Som Søndergaard (1994, 194–195) skriver, har programlægningen som udgangspunkt, at der gælder nogle grundlæggende seeradfærdsmønstre. Disse inkluderer, som også påpeget af Ellis (2002), at der findes en særlige døgnrytme for forskellige målgrupper, at der er et hyppigt fjernsynsforbrug i befolkningen, at seerne typisk ser tv i et tidsrum, der omfatter flere programmer, og endelig at tv-seningen er vanepreget. Ifølge plan- og indkøbschef i DR Peter Rosberg kræver det en vis psykologisk indsigt og erfaring at kunne forudsige seermønstre (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Men programlæggerne støtter sig også til seertalsmålinger. Lotz (2007, 194–198) beskriver, hvordan seertalsmålinger blev taget i brug allerede i 1920'erne i USA, men at målemetoderne de senere år er blevet udfordret af nye teknologier og distributionssystemer, blandt andet DVRs (digital video recorders) og VOD (video-on-demand). Disse teknologier har bevirket, at kendskabet til seernes bevægelser er formindsket, og at det er en stadigt større udfordring for programlæggerne at sammensætte en programflade, der fastholder seerne trods afbrydelser og programmer, der ikke falder direkte i seernes smag.

6.1.2 Programlægning og public service

Frem til 1988 havde DR monopol på landsdækkende, dansk tv-virksomhed. Ifølge Nissen (2007, 13) betød den manglende konkurrence, at både dem der producerede programmerne, og dem der sammensatte programfladerne, var præget af en elitær holdning til lyttere og seere. At der ikke var andre danske kanaler at konkurrere om seerne med, satte sit præg på programfladen: Programlægningen bare i høj grad præget af at sikre seerens møde med det alsidige programudbud, og der var ikke tale om et sammenhængende flow i programfladen, der naturligt ledte seeren fra det ene program til det næste⁴². Ifølge Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2011, 221), var der i monopoltiden da også typisk den overbevisning, at passiv fjernsynssening var usundt, så programfladen blev sammensat med den intention, at seerne aktivt skulle udvælge programmer, der var til gavn for dem. Efter monopolbruddet og de kommercielle kanalers tilkomst og succes fik public service-institutionerne, ifølge Nissen (2007), en større opmærksomhed omkring den reelle seerefterspørgsel, og hvordan man gennem programfladens opbygning kunne tiltrække og fastholde seerne.

⁴²Nissen (2007, 14) gengiver en programoversigt for DRs tre radiokanaler og ene tv-kanal fra en novemberdag i 1988. I løbet af de otte timer DR1 (dengang TV1) sendte den pågældende dag, præsenteres seerne for blandt andet børneprogrammer, nyhedsudsendelser, en novellefilm, en brasiliansk serie, et musikprogram og et uddrag af Folketingets åbningsdebat.

I konkurrencesituationen er programlægning, ifølge Ytreberg (2002), en vanskeligere opgave for en public service-institution, end det er for en privat broadcaster. Nok er der anderledes kontante krav til de private aktører om at sikre høje seertal, end der typisk er til en public service-institution, men ønsket om at fastholde seerne på en kanal eller i en kanalportefølje gør sig gældende for både private og public service-medier. Og for public service-institutioner skal konkurrencesituationen forenes med forpligtelser om at tilbyde et alsidigt programudbud og sikre seerne valgmuligheder (ibid., 295). Derfor bliver programlægning, ifølge Ytreberg, et centralt element i forståelsen af, hvorledes public service-institutionen betjener nationen (ibid., 284). For public service-institutionens enkelte kanal og samlede portefølje består udfordring altså i at finde balancepunktet mellem på den ene side at sammensætte en programflade, der sikrer seerfastholdelsen, og på den anden side at tilbyde seerne et alsidigt programudbud i overensstemmelse med public service-opgaven.

6.1.3 Programlægningens værktøjer

Som det er defineret ovenfor, er den grundlæggende intention med programlægning at sammensætte en programflade, der formår at tiltrække og fastholde seerne på tv-kanalen eller i kanalporteføljen. Dette kan både ske ved at gøre seeren opmærksom på kommende programmer, der falder i dennes smag, fordi der er tale om *mere af det samme*, eller ved at skabe interesse for programmer, der ikke umiddelbart ville have fanget seerens opmærksomhed. På tværs af offentlige og private tv-aktører gøres brug af en række værktøjer inden for både den horisontale og vertikale programlægning, og dette afsnit vil kort præsentere de, for kapitlets analyser, vigtigste af disse værktøjer. De primære kilder, der danner baggrund for nedenstående definitioner, er Søndergaard (1994) og Adams og Eastman (2009).

Den horisontale programlægning er den programlægning, der foretages hen over ugens dage, og som har til formål at skabe seervaner gennem genkendelige programflader, hvor seerne ved, hvornår på ugen de kan forvente hvilke programmer. Inden for programlægning benytter man betegnelsen *slot* til at beskrive et tidsafsnit, der typisk er øremærket en specifik genre. *Slots* er af varierende længde, og der er således tale om, at DR1 har et nyhedsslot hverdage klokken 18.30 til 19, mens DR2 kan have et filmslot fredag aften, der så vil være af et par timers varighed. Ideen med at have slots med nogenlunde faste genrer eller programtyper er, at der så skabes et, for seeren, genkendeligt mønster hen over ugen og fra uge til uge, således at seeren ved, hvornår favoritprogrammet kan forventes, og kan planlægge sin aften efter dette. Derudover er slots også en fordel for programlæggere og indkøbere, da de medvirker til at skabe et skelet at planlægge fladen ud fra, i stedet for at der skal startes på ny for hver uge eller sæson. Et andet horisontalt programlægningsgreb med samme formål er den såkaldte *stripping*, hvilket vil sige, at samme (type) program placeres på samme tidspunkt hver dag eller hver uge, så seeren trækkes til kanalen på samme tid og derved får skabt en vane.

Den vertikale programlægning er den programlægning, der foretages for hver enkelt døgn. Den vertikale programlægning har som mål at føre seeren fra det ene program til det næste gennem en sammenhængende programflade den enkelte dag. Dette gøres ved brug af teknikker som *lead off*- og *lead in*-programmer, *hammocking* og *tentpoling*, som alle relaterer sig til populære og/eller velkendte programmers placering i programfladen i forhold til det at sikre seere til den efterfølgende flade/det efterfølgende (ukendte) program⁴³. Det bærende element i disse fire teknikker er seearvsfænomenet, hvor et program kan videregive seere til et andet program gennem en succesfuld programlægning.

⁴³ Jeg kommer til at benytte *lead off*-betegnelsen senere i kapitlet og vil her slå fast, at et *lead off*-program er det program, der indleder prime time. Ifølge Adams og Eastman (2009, 130) placeres typisk et stærkt program i dette slot, da en kanal ellers risikerer at tabe kampen om seerne tidligt på aftenen.

Kort efter TV 2s lancering i 1988 befandt DR sig i en intens konkurrencesituation, omend det tog noget tid for den tidligere monopolinstitution at forstå situationens alvor (Nissen 2007). I *Danmarks Radio 1995–2005. En redegørelse om DR's idégrundlag, programpolitik og udvikling*, der som nævnt i kapitel 4 blev udarbejdet forud for DR2s tilkomst, beskrives, hvordan de to kanaler DR1 og TV 2 ikke har koordineret deres programflader. Dette har, ifølge redegørelsens forfattere, haft som konsekvens, at seerne ikke reelt har oplevet et større programudbud, hvilket indgår i argumentationen for, at DR skal have tilladelse til at oprette endnu en kanal og dermed selv skabe et større udbud (Danmarks Radio 1994, 48). Det som DR1 og TV 2 praktiserede, var modprogrammering i den form, Ytreberg (2002, 286) betegner som *like-for-like* eller lige for lige-modprogrammering, altså at der på to konkurrerende tv-kanaler placeres tilsvarende programmer, der kæmper om de samme seere. Som Ytreberg skriver, kan modprogrammering dog også dække over, at ulige programgenrer placeres over for hinanden, således at (populære) programmer af forskellig genre placeres over for hinanden, eksempelvis et stort underholdningsshow på den ene kanal og en populær dramaserie på den anden kanal. For DR og TV 2 gælder i øvrigt, at der siden er indgået aftale om, at nyhedsudsendelserne og de store egenproducerede dramaserier ikke programsættes samtidigt, netop for at sikre seerne det største udbud⁴⁴.

6.1.4 Det indimellem programmerne

Et vigtigt element i programlægningen, både den vertikale og horisontale, og et element som har fået stadig større betydning i mangekanallandskabet, er det, der sendes mellem programfladens egentlige programmer, altså trailers og programomtaler, der præsenterer hvilke programmer, der sendes på kanalen eller på de andre kanaler i porteføljen (typisk) samme dag eller senere på ugen. Flere (engelske) udtryk benyttes til at betegne disse programmelle mellemrum og hvad der finder sted i dem: *continuity*, *interstitial*, *junction* og *break* for blot at nævne nogle af dem, der gøres brug af i forskningslitteraturen (Søndergaard 1994; Ytreberg 2002; Stigel 2004; Johnson 2013b; Ihlebæk, Syvertsen, og Ytreberg 2014). Betegnelserne *break* og *interstitial* er forholdsvis indholdsneutrale og angiver blot, at der er et ophold eller et mellemrum mellem programfladens programmer. Derimod kan begrebet *continuity* benyttes til at angive, at der skabes en kontinuitet i programfladen, mens *junction* angiver, at der med koordinerede starttidspunkter for programmerne skabes et forbindelsespunkt på tværs af kanalerne og platformene i en portefølje. Jeg benytter som hovedregel de danske, indholdsneutrale betegnelser programmellemrum, programhenvisninger og kryds om disse elementer i programfladen.

Jeg har beskrevet, hvordan programlægning er blevet en vigtig disciplin med den øgede konkurrence om seernes opmærksomhed. Samme tendens gælder tilrettelæggelsen af programmellemrummene, idet disse netop tjener til at fastholde seerne på kanalen eller i porteføljen, trække nye seere til programmerne og til at minde seerne om, hvilken kanal de befinder sig på. Programhenvisninger er dog ikke et fænomen, der hører det digitale tv-landskabs tid til, omend brugen er intensiveret. Stigel (2004) har undersøgt, hvordan brugen af programhenvisninger og det han betegner som tv's egenreklame har udviklet sig på DRs, TV 2s og TV3s kanaler fra 1993 til 1996, den periode, hvor både DR og TV3 oprettede søsterkanaler i form af DR2 og TV3+. Stigel slår fast, at det i konkurrencesituationen er afgørende, at et program knyttes til en tv-station, og dette sker blandt andet ved, at stationen bliver tydelig gennem en kanalstemme, som både består i det konkrete speak, der findes mellem programmerne,

⁴⁴TV 2 brød denne tradition i foråret 2018 ved at placere en dramaserie søndag klokken 20, der traditionelt har været DRs dramalot. Dette mødte protester fra bl.a. medieordførerne fra Venstre, Socialdemokratiet og Dansk Folkeparti (Madsen 2018).

og i brugen af logoer og jingler (ibid., 24). Det er, ifølge Stigel, kanalstemmens opgave at skabe forbindelse mellem sendefladens programmer og sørge for, at overgangene forløber flydende. En vigtig pointe hos Stigel er, at kanalstemmen benyttes til at eksplicite *her og nu-oplevelsen* af tv-mediet. Dette sker eksempelvis ved at der etableres en tidslighed (når speakeren annoncerer at ”**Nu** viser vi...”, ”**Om et øjeblik** stiller vi om til...” eller ”**Lige om lidt** skal vi...”) og en stedsmarkør (”Om lidt kan du komme **med ud**...” eller ”NN inviterer **inden for**...”) (Stigel 2004, 31–32, mine eksempler og fremhævninger).

Kanalstemmen fungerer oftest som en voice-over i programmellemrummene. Ifølge Stigel har DR1 ikke benyttet synlige kanalværter siden 1970 (ibid., 27), hvorimod disse fik en genkomst på DR2, der, som beskrevet i kapitel 4, havde som koncept at være værtsbåret. I andre lande gøres dog stadig brug af synlige kanalværter, eksempelvis på hovedkanalen hos den norske public service-institution NRK. NRKs tv-direktør Arne Helsing er om kanalværterne, at de fungerer som seernes repræsentant i NRK-huset. Når der sker store begivenheder kan de – på en anden måde, end hvis det blot var en stemme – være i samme stemning som seerne. Helsing er meget bevidst om, at NRK går mod strømmen, men han mener, at de synlige kanalværter medvirker til at gøre NRK1 unik, og han slår fast, at NRK ikke har planer om at nedlægge funktionen, som er populær i den norske befolkning (Interview med Arne Helsing, 8/6 2016. Se også Van den Bulck og Enli (2012) for en analyse af synlige kanalværterets betydning i det post-lineære tv-landskab).

Som det også gælder for programlægningsens andre elementer, har henvisningsværktøjerne skiftet karakter i takt med konkurrencens intensivering. Eksempelvis er trailers og programomtaler i stigende grad blevet integreret i det foregående program, således at disse sendes mens rulleteksterne stadig kører over skærmen (Stigel 2004; Ihlebæk, Syvertsen, og Ytreberg 2014; Johnson 2013b). Tilsvarende har informationsniveauet, ifølge Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2014, 479), ændret sig i disse programfladeelementer, idet de er gået fra at bestå af en mere passiv promovring til at tilbyde en *added value*, hvor indholdet er tilpasset den øvrige programflade. Samme udvikling kan ifølge Johnson (2013b)⁴⁵ ses i programmellemrummene på BBC1, idet de er gået fra at omhandle tidslighed, altså hvornår en given udsendelse var programsat til, til at være mere underholdende og adressere seeren eksplicit (ibid.).

6.2 Teori om *flow* i programfladen

Et af de centrale begreber i relation til programlægningspraksisser er flow-begrebet. Grundlæggende skal en programflades flow forstås som den sammenhæng, der skabes mellem programmerne gennem disses indhold, genre, tematik, æstetik osv., og i måden hvorpå programfladen bindes sammen gennem speak, programomtaler og trailers⁴⁶. Begrebet blev introduceret i 1970'erne i den akademiske litteratur, men indgår også i begrebsapparatet hos dem, der udfører programlægningen i praksis, og var centralt i de interviews, jeg foretog med nøgleaktører i DR i vinteren og foråret 2016. Dette afsnit vil belyse flow-teorien fra begrebets opståen, over hvordan det er blevet benyttet i takt med kanallandskabets udvikling, til hvilken rolle flow kan siges at have i en tid præget af digitale platforme med talrige on demand-tilbud.

⁴⁵Efter aftale med Johnson benytter jeg en pre-print version af artiklen, udleveret af Johnson selv, da den publicerede artikel ikke er tilgængelig via de danske bibliotekssystemer.

⁴⁶De senere år er begrebet *flow-tv* blevet anvendt synonymt med lineære tv-kanaler. Når jeg benytter flow-begrebet, er det i dets programlægningsmæssige betydning.

6.2.1 Williams: flow-begrebets fader

Det var den britiske akademiker Raymond Williams, der i 1973 introducerede flow-begrebet i *Television. Technology and Cultural Form* efter sit møde med amerikansk tv (Søndergaard 1994, 30; Bødker 2013). Ifølge Williams adskiller broadcasting som kommunikationsform sig fra alle tidligere medier, idet tv'et og radioen byder på en blanding af disses former og indhold: Hvor man tidligere læste en bog, gik i teatret eller overværede en sportsbegivenhed på forskellige tidspunkter og fysiske lokaliteter, er alt dette nu tilgængeligt hjemme i dagligstuen ved et tryk på en knap. Den største forandring er dog, ifølge Williams, at hvor disse værker og begivenheder tidligere oplevedes som adskilte, bliver de nu alle en del af ét forløb eller flere alternative forløb, der er tilgængelige samtidigt (Williams 2003, 86–87).

Søndergaard (1994, 31–33) beskriver, hvordan Williams' fremstilling af flow-begrebet ikke bare er kompleks, mens også upræcis. Hos Williams dækker flow-begrebet nemlig over tre forhold: For det første den form, hvorpå en programflade organiseres med hensyn til en markedsføringsstrategi, hvor en film eller et tv-program veksler med reklamer for diverse produkter og programomtaler i, hvad Williams betegner som "(...)a single irresponsible flow of images and feelings" (Williams 2003, 92). Denne strategi har, ifølge Williams, sat sit præg på den forudgående programproduktionsproces, således at tv-indhold produceres til et kommercielt system, hvor indholdet kan inddeles i afsnit mellem reklamepauserne (ibid., 92-93).

For det andet sammenstiller Williams oplevelsen af den amerikanske tv-programflade med den engelske, og han slår fast, at skønt der på BBC ikke finder tilsvarende reklameafbrydelser sted, findes også her en flow-kvalitet (ibid., 93). Når denne også er at finde i et tv-landskab domineret af public service-kanaler, skal det ses som konsekvens af den intensiverede konkurrence: I en konkurrencesituation vil den enkelte tv-station søge at fastholde seerne i løbet af en aftens programflade, og derved at skabe en loyalitet over for det brand, tv-kanalen er (ibid., 94. Jf. i øvrigt kapitel 4). Som konsekvens af dette ses, ifølge Williams, en stigende brug af programomtaler og en italesættelse af programfladen som en fortsættelse, således at en aftens tv-programflade opleves som en helhed (ibid., 94). Den flow-forståelse, jeg lægger til grund for mine analyser, svarer til denne udlægning. Årsagen er, at jeg beskæftiger mig med afsenderperspektivet, altså DR som formidler af public service-indhold. Derfor vil jeg i dette kapitel undersøge måden, hvorpå DR strukturerer sine programflader med den ambition at fastholde seeren.

For det tredje er flow, for Williams, også knyttet til seerens oplevelse af at se tv. Williams anfører, at vi som seere ikke ser distinkte programmer som nyheder, et skuespil på tv, eller en fodboldkamp; i stedet ser vi blot tv. Årsagen til dette er blandt andet, at programmerne bygges op, så det er vanskeligt at slukke for sit tv-apparat eller at skifte kanal, fordi vi som seere hele tiden stilles i forventning, at noget spændende skal til at ske. Derfor ser vi det ene program efter det andet, og oplever dem som en helhed (ibid., 94-96).

6.2.2 Tre former for flow

I rapporten *Når danskerne ser TV* (1993) undersøger Jensen et al. danskernes tv-brug og oplevelse af flow i programfladen. Indledningsvis definerer forfatterne, at der findes tre former for flow. Den første er kanal-flowet, som er det flow, den enkelte tv-station planlægger for at fastholde så mange seere som muligt, så længe som muligt. Flowet opstår ud fra struktureringen af programmer og diverse former for annonceringer (ibid., 10). Den anden form for flow er, hvad forfatterne betegner som seer-flowet, der opstår som følge af den enkelte seers færd rundt på flere eller færre kanaler i løbet af en aftens tv-sening (ibid., 10-11). Ifølge

Uricchio (2004, 170) indvarslede opfindelsen af fjernbetjeningen et opgør med (kanal)flowet, idet seerne fik større magt over tv-oplevelsen gennem et enkelt tryk på en knap. Endelig opererer Jensen et al. (1993, 11) med det såkaldte super-flow, som er det samlede tv-univers' kanaler. Dette super-flow har, ifølge Jensen et al., ændret sig gennem 1980'erne og 1990'erne som følge af det større antal kanaler, der er fulgt med kabel- og satellitteknologierne og kanalernes skarpere profilering (ibid.).

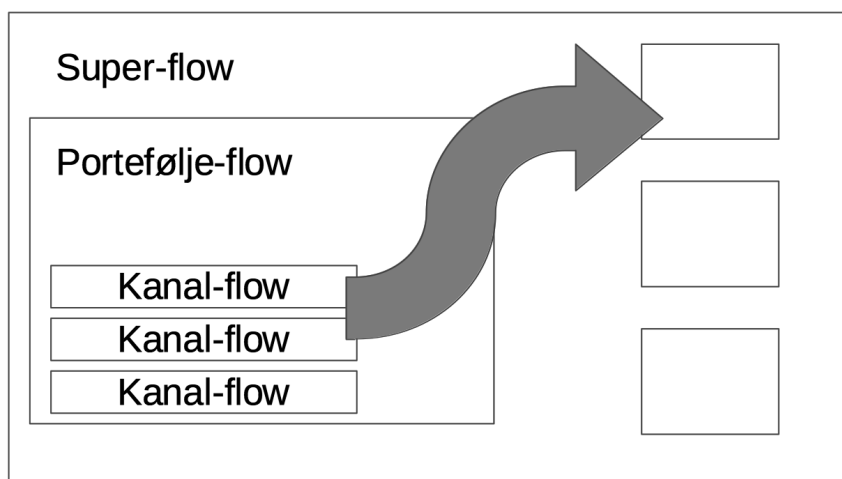
I midten af 1990'erne rådede både DR og TV 2 stadig blot over en enkelt kanal, der skulle rumme hele det alsidige og mangfoldige programudbud. Ifølge Johnson (2013a) er flow-opbygningen af en programflade i særdeleshed vigtig for en public service-institution med et blandet programudbud, da flowet kan binde de meget forskellige programfladeelementer sammen. Derfor er der også tale om ulig vilkår for det at etablere kanal-flow på DR1 og at skabe flow på DRs smalt profilerede porteføljekanaler, hvor de forskellige programmets målgruppe og indhold er mere nært beslægtet.

6.2.3 Flow i det digitale medielandskab

Hvor det tidligere var en udfordring for public service-institutionerne at skabe et flow i en programflade bestående af mange forskellige programtyper rettet mod forskellige målgrupper, er der med digitaliseringen og de nye tv-platformer opstået nye udfordringer i forhold til det at skulle tilrettelægge et flow i programfladen. På grund af den store fremvækst af kanaler og tilkomsten af streaming-tjenester skal tv-selskaberne nu indtænke flow på tværs af deres porteføljer – og i stigende grad på tværs af deres platforme med (tv-)indhold. Især blandt de yngre målgrupper har de senere års teknologiske og mediebrugsmæssige udvikling medført et opgør med den traditionelle lineære form at opleve tv-indhold på. Johnson (2013b) og Lotz (2017) beskriver, hvordan flowet mister sin betydning, når seerne kan vælge, hvilket indhold de vil se uafhængigt af tv-selskabernes sendeplaner (se også Van den Bulck og Enli 2012).

På baggrund af tv-landskabets udvikling, hvor talrige nye kanaler er kommet til og streaming-tjenesterne også har gjort deres indtog, vil jeg foreslå, at den flow-model, Jensen et al. udviklede i 1993, udbygges, således at den, ud over at indeholde kanal-, seer- og super-flow, også rummer, hvad der kunne betegnes som et portefølje-flow. Figur 6.1 illustrerer disse fire flow-former. Pilen er seer-flowet, der bevæger sig mellem de forskellige tilbud.

Portefølje-flowet er det flow, det enkelte tv-selskab skaber på tværs af kanalerne i sin portefølje, og som gør, at seerne præsenteres for et udbud af forskellige programmer, men som stadig har til hensigt at fastholde seeren inden for kanalporteføljen. Derudover kan Jensen et al.'s super-flow siges at være udvidet til nu at inkludere de forskellige digitale platforme, hvorpå seerne også finder deres indhold, såsom DR TV, Netflix, HBO Nordic og YouTube. Jeg har den tese, at konkurrencesituationen bevirker, at der i stigende grad tages hensyn til både portefølje-flowet og super-flowet i programlægningen, således at programmets placering og specifikke starttider i prime time tilpasses både de andre kanaler i porteføljen og de vigtigste konkurrenters udbud. Derfor vil et centralt spørgsmål i kapitlet være, hvorvidt DR har søgt at skabe et portefølje-flow i 2005, 2010 og 2015. Eftersom TV 2 stadig er DR1s vigtigste konkurrent (jf. kapitel 4), inddrages denne kanals sendetider og struktur i prime time som perspektiv.



Figur 6.1: Illustration af de fire former for flow: kanal-, portefølje-, super- og (i form af pilen) seer-flow.

6.3 Strukturen i prime time på DR1

Den tid af døgnet, hvor der er flest seere til programmerne på de lineære tv-kanaler for det voksne publikum, er om aftenen, typisk toppende i tidsrummet mellem klokken 20 og 22, men dette varierer naturligvis fra kanal til kanal, afhængigt af kanalens målgruppe. Denne del af fladen omtales som prime time, og det er her tv-stationerne sætter alle sejl til for at indfange og fastholde seerne. Eftersom det er denne del af programfladen, der ofres mest opmærksomhed fra programlæggernes side, og her der er flest seere, er denne del af fladen den vigtigste i forhold til de programpolitiske principper. Derfor er det kanalernes prime time, der er centrum for de følgende analyser.

Ifølge konstitueret kanalchef på DR1, Henriette Marienlund, har hovedkanalen en lang prime time rækkende fra klokken 18 til klokken 22.30 (Interview med Henriette Marienlund, 10/2 2016). Hvad man kan betegne som super prime time, tidsrummet mellem de to *TV-Aviser*, blev, som beskrevet i kapitel 4, udvidet i 2012, idet den sene *TV-Avis* blev flyttet fra klokken 21.00 til klokken 21.30. I de følgende afsnit vil jeg afdække strukturen i hverdagens og weekendens prime time-programflade på DR1 i 2005, 2010 og 2015. Formålet er at undersøge dels hvorledes den udvidede prime time er blevet udnyttet programpolitisk, dels hvorvidt ændringen har afstedkommet et nybrud i hovedkanalens programflade. Det lykkedes nemlig DR at vende seerflugten til seerfremgang, således at DR1s daglige share i 2015 var, om ikke på niveau med 2005s share, så dog på sit højeste siden 2008 (jf. kapitel 4, tabel 4.1). Det bør understreges, at når der her tales om hverdage, drejer det sig om perioden mandag–torsdag. I tv-programlægning er fredag aften en del af weekendens programflade, der på flere punkter adskiller sig fra hverdagens struktur.

6.3.1 DR1 i 2005

Figur 6.2 er en grafisk fremstilling af programplanen for tidsrummet klokken 18–24 på DR1 i uge 40, 2005. Som det fremgår af figuren, indledtes DR1s prime time i 2005 med en udsendelse for børn. Faktisk var der afsat halvanden time til børneindhold fra klokken 17 til 18.30, hvor den tidlige *TV-Avis* så indledte aftenfladen målrettet det voksne publikum. Hvad der ligeledes fremgår af figuren, er, at den tidlige prime time på hverdage i 2005 var præget af en fast struktur med begrænsede variationer. Mandag–torsdag sendtes først *TV-Avisen*, derefter aktualitetsprogrammet *Dagens Danmark*, inden et fem minutter langt nyhedsresume.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Lille Nørd	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Mini-Go!	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Pip og papegøje
	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-19.00 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med vejret
	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark			
19.00	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen	19.00-20.00 Disney sjov	19.05-19.30 Hunde på job	19.00-19.30 Allo! Allo!
	19.30-20.00 Dehjemme	19.30-20.00 Statsministeren i krydsild	19.30-20.00 Hvad er det værd?	19.30-20.00 Lægens bord		19.30-20.00 Julie	19.30-20.00 Sådan ligger landet
20.00	20.00-21.00 Rejseholdet	20.00-20.30 Spørøs 20.30-21.00 Hammerslag	20.00-20.30 Nationen 20.30-21.00 DR Dokumentar	20.00-20.30 Drømmehuse 20.30-21.00 Showtime: Udfordringen	20.00-21.00 Showtime	20.00-21.40 Vagabonderne på Bakkegården	20.00-21.00 Ørnen
21.00	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Horisont 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Kontant 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Profilen 21.50-22.30 Håndbold-Onsdag	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Penge 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.30 TV-Avisen 21.30-21.40 Showtime: Kåringen 21.40-23.35 Ondskabens øjne	21.40-23.45 For your eyes only	21.00-21.15 TV-Avisen 21.15-21.45 Søndag 21.45-22.00 Søndags-Sporten
22.00	22.00-23.40 Måske skyldig	22.00-23.40 Måske skyldig	22.30-22.40 SportNyt 22.40-23.25 Håndbold-Onsdag	22.00-22.40 Blind Justice 22.40-23.10 Negermagasinet			22.00-22.40 De skrev historie 22.40-23.30 Kvinder hemmeligheder
23.00	23.40-23.45 OBS 23.45-00.15 VidenOm	23.40-00.20 Clement Direkte	23.25-23.30 Onsdags-Lotto 23.30-00.00 Mod min vilje	23.10-00.00 Drabsafdelingen	23.35-01.10 Absolon	23.45-00.30 Anklaget	23.30-23.35 OBS 23.35-00.05 Depression

Figur 6.2: DR1s programplan klokken 18–24 i uge 40, 2005.

Alle dage sendes frem mod klokken 20 et program af 30 minutters varighed, og i dette tidsrum ses variationer i programfladen hen over ugen. Mandag og onsdag sendes programmer, der falder inden for kategorien oplysning & kultur, og som nærmere kan betegnes som livsstil. Tirsdag denne uge sendes aktualitets- & debatprogrammet *Statsministeren i krydsild*, mens der torsdag sendes en udsendelse om sundhed og velvære i form af *Lægens bord*. Der er således forskel på tyngden i de programmer, der vises i tidsrummet 19.30–20 denne uge i 2005. Fra klokken 20 til 21 ses ligeledes en noget varieret opbygning, når der mandag sendes en times fiktion, mens der tirsdag, onsdag og torsdag sendes to programmer af 30 minutters varighed. Også disse programmer er i nogen grad af forskellig indholdsmæssig tyngde, idet der eksempelvis tirsdag kl. 20.30 sendes et livsstilsprogram, onsdag sendes dokumentar, og torsdag på samme tidspunkt sendes decideret underholdning, der varmer op til fredagens underholdningsshow. Tidsrummet klokken 21 til 22 forløber mere identisk hen over ugen, idet der alle hverdage sendes *TV-Avisen* klokken 21.00, efterfulgt af et magasin og, mandag, tirsdag og torsdag, en kort udsendelse med sportsnyheder. Onsdag aften var i 2005 afsat til sport fra 21.50 til 23.30. Fra klokken 22, eller det der kan betegnes som *lead out*, sendes de tre andre hverdage en udenlandsk krimi, hvorefter aftenernes ensartethed ophører, og der sendes henholdsvis et videnskabsprogram, et debatprogram, satire og mere krimi.

For weekenden gælder, at fladens ellers forholdsvis faste mønster brydes. *TV-Avisen* klokken 18.30 ligger stadig fast, og både fredag og søndag sendes også en nyhedsudsendelse klokken 21.00. Men ellers byder weekendens programflade på en større del fiktion og underholdning, end der ses i hverdagene. Søndagens aftenflade er præget af, at det stadig er weekend, men at seerne samtidig skal forberedes på at vende tilbage til hverdagen. Fladen er mere broget genre-mæssigt, og i forhold til fredagens og lørdagens prime time fylder de tungere genrer som nyheder, aktualitet og dokumentar mere i søndagens flade, omend der også sendes fiktion og sport.

6.3.2 DR1 i 2010

Figur 6.3 er en grafisk fremstilling af programplanen for tidsrummet klokken 18–24 på DR1 i uge 46, 2010. I 2010 var DR Ramasjang blevet en del af kanalporteføljen, og børneprogrammerne var, bortset fra fredagens *Disney sjov*, rykket ud af prime time på DR1. I tidsrummet 17–18 sendtes dog stadig børneprogrammer på hovedkanalen. Mandag til fredag klokken 18.00 blev sendt første del af *Aftenshowet*. Således indledtes prime time fast med en aktualitetsudsendelse af den indholdsmæssigt lettere type, jeg vil betegne som aktualitetstalkshow. I 2010 faldt *Aftenshowet* i to dele (mandag–torsdag), der omkransede den tidlige *TV-Avis*. Derved fremkom en meget fast struktur i den tidlige aftenflade, hvor programmer af 30 minutters varighed afløste hinanden. De programmer, der i uge 46 dette år blev sendt mellem 19.30 og 20, faldt alle inden for programtypen oplysning & kultur, flere af dem under hvad der kan betegnes som livsstil: et madprogram, et velvære- og sundhedsprogram og et antikvitets- og kunstprogram. Programmet *Med andre øjne* er en del af en dokumentarserie og falder tematisk i den lidt mere alvorstunge ende med fokus på de fordomme, vi møder hinanden med.

Fra klokken 20 bliver programfladen præget af en større grad af variation hen over uge, både med hensyn til programtyper og programmernes varighed. Mandag sendes dansk fiktion i de første 45 minutter, hvilket giver tid til en kortere madudsendelse før der sendes den sene *TV-Avis* klokken 21. Tirsdag og torsdag bliver der plads til to programmer af hver 30 minutters varighed, mens der onsdag sendes en times dokumentar. Indholdsmæssigt er der forskel på udsendelsernes tyngde tirsdag og torsdag: Tirsdag er en lettere aften med livsstilsprogrammet *Hammerslag* og en musikalsk dokumentarserie, mens torsdag rummer

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Aftenshowet del I 18.30-19.00 TV-Avisen	18.00-18.30 Aftenshowet del I 18.30-19.00 TV-Avisen	18.00-18.30 Aftenshowet del I 18.30-19.00 TV-Avisen	18.00-18.30 Aftenshowet del I 18.30-19.00 TV-Avisen	18.00-18.30 Aftenshowet del I 18.30-19.00 TV-Avisen	18.00-18.30 Pingvinerne fra Madagaskar 18.30-18.55 TV-Avisen 18.55-19.00 SportNyt	18.00-18.30 Hammerslag 18.30-19.00 TV-Avisen
19.00	19.00-19.30 Aftenshowet del II 19.30-20.00 Jamie Oliviers egget køkken	19.00-19.30 Aftenshowet del II 19.30-20.00 Ha' det godt	19.00-19.30 Aftenshowet del II 19.30-20.00 Hvad er det værd?	19.00-19.30 Aftenshowet del II 19.30-20.00 Med andre øjne	19.00-20.00 Disney sjov	19.00-19.30 Min sport 19.30-20.00 Så er der hund	19.00-19.05 OBS 19.05-19.30 Geniale dyr 19.30-20.00 Nørd på eventyr
20.00	20.00-20.45 Lulu og Leon 20.45-21.00 Det søde liv	20.00-20.30 Hammerslag 20.30-21.00 Stemmer fra Vøllsmose	20.00-21.00 Levende begravet i Chile	20.00-20.30 Sporløs 20.30-21.00 Fængsløt	20.00-21.00 Ørkenens sønner	20.00-21.25 Solkongen	20.00-21.00 Borgen
21.00	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Horisont 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Kontant 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Penge 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.25 TV-Avisen 21.25-21.50 Jersild Live 21.50-22.00 SportNyt	21.00-21.30 TV-Avisen 21.30-22.20 Det nye talk- show med Anders Lund Madsen	21.25-23.00 Kriminal- kommissær Barnaby	21.00-21.40 21. Søndag 21.40-22.05 Fodbold- magasinet 22.05-22.55 Venindeme
22.00	22.00-23.35 Miss Marple	22.00-23.55 Johan Falk	22.00-23.30 Lewis	22.00-22.45 Hævet over mistanke 22.45-23.40 De forladte børn	22.20-00.10 Ikke et ord		
23.00	23.35-23.40 OBS 23.40-00.10 Nabokrig	23.55-00.55 Borgen	23.30-00.20 Det nye talk- show med Anders Lund Madsen	23.40-00.15 Kriminal- kommissær Foyle		23.00-00.40 Kramer mod Kramer	22.55-00.30 Kriminal- kommissær Foyle

Figur 6.3: DR1s programplan klokken 18–24 i uge 46, 2010.

både programmet *Sporløs*, hvor danskere leder efter forsvundne slægtninge, og en dokumentar om et dansk fængsel. Fra klokken 21 til 22 bliver programfladen igen mere identisk, idet der alle hverdag (samt fredag) sendes *TV-Avisen* klokken 21.00, og herefter, ligesom i 2005, sendes et magasinprogram, ti minutters sportsudsendelse og en udenlandsk krimi. Sidst på aftenen bliver fladen mere varieret, idet forskellige programmer genudsendes, eksempelvis *Borgen*, der i denne periode vises som DRs søndagsdrama klokken 20. Weekendens programflade i 2010 kan karakteriseres på samme vis som programfladen i 2005: en større andel fiktion, sport, underholdning og familieorienterede (dokumentar)programmer.

6.3.3 DR1 i 2015

Figur 6.4 er en grafisk fremstilling af programplanen for tidsrummet klokken 18–24 på DR1 i uge 46, 2015. Som det fremgår af figuren, var den tidlige del af prime time denne uge i 2015, altså tidsrummet mellem klokken 18 og 20, på hverdage fuldstændig identisk, både hvad angår programtitler og sendetider. I 2015 havde børneindholdet forladt hovedkanalen bortset fra om fredagen, hvor der sendes en times *Disney Sjørøvere*⁴⁷ mellem klokken 19 og 20, så selve prime time og tiden op til er forbeholdt de voksne seere. Hvad der ikke fremgår af skemaet er, at der alle hverdage kl. 17.50–18.00 sendes en kort nyhedsudsendelse, der således indleder det aktualitetspræg, der dominerer den tidlige aftenflade. Før den tidlige *TV-Avis* sendes klokken 18.30, vises der alle dage livsstilsprogrammet *Fra yt til nyt*. Derefter står den tidlige aftenflade i nyhedernes og aktualitetens tegn med både en *TV-Avis*, en vejrudsigt, aktualitetstalkshowet *Aftenshowet* og et kort nyhedsresume som optakt til super prime time.

Alle dage, både i hverdagene og i weekenden, er et *break* klokken 20.00, således at en ny udsendelse påbegyndes klokken 20. Herefter ses dog variationer i programmernes varighed. Om sendeplanen i 2015 fortæller planchef Peter Rosberg, at det ligger fast, at der mandag og tirsdag sendes et program af 45 minutters varighed klokken 20, mens onsdagens og torsdagens klokken 20-udsendelse er af 30 minutters varighed (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). I programplanen for uge 46 i 2015 betyder denne struktur, at der mandag og tirsdag bliver plads til endnu et program af 45 minutters varighed fra klokken 20.45, indtil den sene *TV-Avis* sendes klokken 21.30, mens der onsdag sendes endnu to programmer af en halv times varighed, og torsdag sendes et enkelt program af en times varighed. For DR er der både en konkurrencemæssig og en økonomisk fordel ved at sende længerevarende frem for flere programmer. Et program på 45 minutter fastholder seeren på kanalen i længere tid end et program af 30 minutters varighed, og det giver færre *breaks*, hvor seeren fristes til at skifte kanal. Samtidig kræver det væsentligt færre omkostninger at inkludere flere scener i optagelserne til en enkelt udsendelse, end at skulle påbegynde produktionen af et helt nyt program.

Fra klokken 21.30 bliver hverdagsfladen meget ensartet med først den sene *TV-Avis*, derefter et magasinprogram, en kort sportsudsendelse og – som afslutning – en svensk eller engelsk krimi placeret i tidsrummet klokken 22.30 til midnat. Disse krimier ligger med deres sene starttidspunkt uden for den egentlige prime time, men ifølge Marienlund er de så store seersucceser, at de bidrager til, at prime time strækkes helt til deres starttidspunkt (Interview med Henriette Marienlund, 10/2 2016). Man kan derfor sige, at disse programmer fungerer som *lead out* for prime time.

Sammenlignes weekendfladen i 2015 med de tidligere år, fremgår, at nogle elementer ligger fast fra år til år, således at visse genrer og specifikke programmer tegner weekenddagens

⁴⁷Programmet, som består af en række tegnefilm for børn, har siden 1992 været sendt på DR1. Det er blevet så stærk en tradition, at det har fået lov til at blive på hovedkanalen trods de to børnekanalers tilkomst (Mørkeberg 2016).

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Bonderøven	15.25-19.30* Ekstra TV-Avis	16.35-18.30 Håndbold-søndag
	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen		18.30-19.15 TV-Avisen*
	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr	19.00-20.00 Disney sjov		19.15-20.00 Jagten på blåhvalen
	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet			
	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen		19.30-20.00 Forældreløse dyrebørn	
20.00	20.00-20.45 Kender du typen?	20.00-20.45 Gi ft ved første blik	20.00-20.30 Skatte-jægerne	20.00-20.30 Bonderøven	20.00-21.00 Hvem var det nu vi var?	20.00-21.05 Vidunder-børn	20.00-21.00 Broen III
21.00	20.45-21.30 Frømands-korpset	20.45-21.30 Livets opskrift	20.30-21.00 Rigtige mænd - hva' nu?	20.30-21.30 Europa på grænsen		21.05-21.55 Downton Abbey	21.00-21.40 21 Søndag
	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.00-21.15 TV-Avisen		21.40-21.50 Sporten
	21.15-21.25 Vores vejr				21.15-21.25 Vores vejr		21.50-22.50 Drømmen om Danmark
22.00	21.25-23.00 Hundjævlen						
	21.55-22.20 Horisont	21.55-22.20 Mad-magasinet	21.55-22.20 Penge	21.55-22.20 Bag Borgen	21.55-22.20 Ekstra TV-Avis*	21.55-22.20 Ekstra TV-Avis*	
	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten	22.20-23.50 Lewis	22.20-23.50 Lewis	
23.00	22.30-00.00 Kommissær George Gently	22.30-00.00 Camilla Läckbergs Tysker-ungen	22.30-00.00 Sebastian Bergman	22.30-00.00 Kriminal-kommissær Foyle			22.50-01.05 Fanget af fortiden
					23.00-00.35 Worricker	23.50-01.20 Vera	

Figur 6.4: DR1s programplan klokken 18–24 i uge 46, 2015. *Ekstra *TV-Avis* og udvidet *TV-Avis* grundet terrorangreb i Paris fredag d. 13/11 2015.

prime time-profiler. Jeg har allerede fremhævet fredagenes *Disney sjov*, og alle tre uger er der efterfølgende sendt en times (dansk) underholdning klokken 20. Lørdagens prime time er i 2015, såvel som de andre år, kendetegnet ved, at der efter den tidlige *TV-Avis* sendes programmer, der har familien som publikum. Der er tale om udsendelser omhandlende dyr samt familiedramatik⁴⁸. Som de andre år byder søndagen på en genreblanding blandet flade med både sport, fiktion, nyheder, aktualitet og dokumentar.

6.3.4 Udviklingen af prime time på DR1

På baggrund af de ovenstående betragtninger af programfladen de enkelte uger i 2005, 2010 og 2015 kan modellerne i figur 6.5 opstilles for opbygningen af hverdagens prime time samt *lead off*- og *lead out*-programmer.

2005:

18.00 Bøme- program	18.30 TV-Avis m. vejr- udsig	19.00 Aktualitets- talkshow, TV-Avis	19.30 Livsstil, aktualitet og debat, magasin	20.00 Drama, livsstil, dokumentar, underholdning	21.00 TV-Avis, magasin, sport	22.00 Fiktion, sport, fakta, satire
---------------------------	---------------------------------------	--	--	---	--	---

2010:

18.00 Aktualitets- talkshow	18.30 TV-Avis m. vejr- udsig	19.00 Aktualitets- talkshow	19.30 Livsstil, fakta	20.00 Drama, livsstil, fakta, dokumentar	21.00 TV-Avis, magasiner, sport	22.00 Fiktion, aktualitets- talkshow
-----------------------------------	---------------------------------------	-----------------------------------	--------------------------	--	--	---

2015:

18.00 Livsstil	18.30 TV-Avis	18.55 Vejrudsigt	19.05 Aktualitets- talkshow	19.55 TV-Avis	20.00 Livsstil, fakta, lettere dokumentar	21.30 TV-Avis, magasiner, sport	22.30 Fiktion
-------------------	------------------	---------------------	-----------------------------------	------------------	---	--	------------------

Figur 6.5: Strukturen i DR1s hverdags-prime time.

Af de tre modeller fremgår, at der for hele perioden er tale om en forholdsvis fast struktur, der, med mindre udsving, går igen fra år til år. Der ses en høj grad af ensartethed i programfladen hen over ugens hverdage alle år, hvor programmer strippes, eller der ligger faste slots med eksempelvis nyheder eller magasiner. Dog er der sket en udvikling, så programfladen i 2015 er den uge med den mest faste struktur: Alle år sendes forskellige genrer i tidsrummet klokken 19.30–21 (2005 og 2010) og 20–21.30 (2015) (altså halvanden time alle år). Men hvor fladen efter klokken 22 i 2005 og 2010 også bød på forskellige genrer, er *lead out* i 2015 et fast krimi-slot.

Der er altså kun tale om få markante forandringer hen over årene. Den ene ændring er, at super prime time er blevet udvidet med en halv time som følge af, at den sene *TV-Avis* er blevet flyttet. Som nævnt er der dog tale om, at der stadig er halvanden times blandet programflade mellem aktualitetstalkshow og nyhedsoverblik og den sene *TV-Avis*. Men at flytte dette slot en halv time har tilsyneladende været noget, DR har ønsket af hensyn

⁴⁸Grundet terrorangrebet i Paris i uge 46 i 2015 er lørdagens og søndagens *TV-Avis* denne uge udvidet, hvorfor der blot sendes henholdsvis en halv times og tre kvarters naturdokumentar. En sammenligning med ugerne 44, 45, 47 og 48 viser, at der normalt sendes en hel times dokumentar om dyr i tidsrummet mellem 19 og 20 både lørdag og søndag aften.

til programpolitiske og konkurrencemæssige forhold. Den anden ændring er børneprogrammernes gradvise migration fra hovedkanalen til porteføljekanalerne DR Ramasjang og DR Ultra⁴⁹. Disse to ændringer har betydet, at der er skabt mere plads i den seertalsmæssigt mest betydningsfulde del af fladen til udsendelser for det brede, voksne publikum.

6.3.5 En sammenligning med prime time-strukturen på TV 2

Som det blev beskrevet i kapitel 4, har TV 2s hovedkanal gennem alle årene været DR1s vigtigste konkurrent, og at super prime time på DR1 blev udvidet, kan ses som et element i denne konkurrence. TV 2 er i de fleste opgørelser befolkningens foretrukne tv-kanal, men i 2012–2013 skiftede de to hovedkanaler position, således at DR1 opnåede den højeste share i tidsrummet klokken 17–24⁵⁰ (TNS Gallup 2016, 16). I dette afsnit skal TV 2s prime time-struktur kort belyses, så ligheder og forskelle mellem de to danske hovedkanaler træder tydeligt frem.

En undersøgelse af uge 40 i 2005 samt uge 46 i 2010 og 2015 af TV 2s prime time-programflade afslører, at også TV 2 har ændret varigheden af sin prime time. Hvor der på TV 2 i 2005 og 2010 blev sendt fiktion og et ungdomsprogram i tidsrummet mellem 17 og 18, lå aftenens første nyhedsudsendelse i 2015 klokken 17. Alle årene har TV 2 sendt en længerevarende nyhedsudsendelse klokken 19.00 og sin sene landsdækkende nyhedsudsendelse klokken 22.00, med efterfølgende regionale nyheder og vejrudsigt. At DR1 flyttede sin sene *TV-Avis* betød altså, at de to konkurrerende hovedkanaler begge fik et tidsrum på to og en halv time mellem deres hovednyhedsudsendelser. Af TV 2s programplaner for de tre uger i henholdsvis 2005, 2010 og 2015 (som findes i bilag 9) fremgår, at der alle år strippes programmer mandag–torsdag frem til klokken 20, så fladen mellem klokken 17 og 20 er ganske ensartet. Mellem klokken 20 og 22 sendes, ligesom på DR1, programmer inden for genrerne dokumentar, livsstil, let fakta og fiktion, og derudover også underholdning og sport, hvad der ikke, i de her analyserede uger, findes på DR1. TV 2 viser de fleste aftener tre programmer i dette tidsrum. Uden at gå ind i udsendelsernes indhold, men ved blot at se på programgenrerne, er der altså et mere varieret udbud i dette tidsrum på TV 2, end der er på DR1. En medvirkende årsag til dette er, at hvor DRs public service-forpligtelser gælder hele kanalporteføljen, skal TV 2 imødekomme alle sine forpligtelser på hovedkanalen, idet de resterende TV 2-kanaler er uden public service-krav⁵¹. I den sene aftenflade, fra klokken 22.30 til midnat, er strukturen blevet mere fast hen over årene. Hvor det i 2005 var forskelligt om der blev sendt dokumentar, underholdning, sport eller fiktion, forløber 2015-hverdagsaftenerne på TV 2 efter en fast plan med talkshow og underholdning med identiske sendetider hen over ugen.

I det foregående afsnit blev opstillet en struktur over DR1s hverdagsprogramflade på genreniveau i tidsrummet 18–24. En tilsvarende model for TV 2 i 2015 kan ses i figur 6.6.

⁴⁹Ytreberg (2002, 295) skriver, at det giver dårlig *lead-in*-effekt at placere børneprogrammer i en flade, der ellers er målrettet det voksne publikum, men at de nordiske public service-institutioner traditionelt har gjort dette for at leve op til deres forpligtelse om at servicere børnemålgruppen. NRK og SVT har begge, i lighed med DR, oprettet specifikke børnekanaler.

⁵⁰I 2012 havde TV 2 en share i tidsrummet klokken 17–24 på 25,0%, mens DR1s share var på 24,5%. Året efter var TV 2s share på 24,4% og DR1s lå på 25,7%. Denne udvikling, hvor DR1s share i prime time er højere end TV 2s, er fortsat i 2014 og 2015.

⁵¹TV 2s public service-forpligtelser er ikke identiske med DRs, idet TV 2 eksempelvis ikke har en public service-kontrakt. Dog gælder generelle krav til TV 2, som svarer til DRs, at programudbuddet blandt andet skal omfatte nyhedsformidling, sport, oplysning, kunst, kultur og underholdning ("Tilladelse til TV 2 DANMARK A/S til at udøve public service-programvirksomhed" 2014, 3).

18.00 Nyheder, regionale nyheder og vejrudsigt	18.30 Aktualitets- talkshow	19.00 Nyheder	19.30 Regional- program	20.00 Fiktion/let fakta/ dokumentar/ livsstil/under- holdning	22.00 Nyheder	22.20 Regionale nyheder	22.50 Talkshow	23.20 Underholdning
--	-----------------------------------	------------------	-------------------------------	---	------------------	-------------------------------	-------------------	------------------------

Figur 6.6: Strukturen i TV 2s hverdags-prime time.

Fra klokken 18 består fladen af en række kortere programmer, hvor det som seer er nemt at gå til og fra, og det ikke fordres at man sidder i længere tid foran skærmen for at følge et program til ende. Fra klokken 18.30 bliver varigheden af programmerne længere, typisk 30 minutter, men nogle programmer er af 50 minutters varighed, mens de sene regionale nyheder klokken 22.30 varer 20 minutter⁵². Sammenholdes skemaet for TV 2 med skemaet for DR1 i 2015, fremkommer det resultat, at der både er fællesnævner og forskelle. Hvor begge kanaler sender et aktualitetstalkshow i den tidlige aftenflade samt nyheder, er det kun TV 2, der sender regionale nyheder, late night talkshow og underholdning i 2015, og kun DR1 der har et magasinbånd og sender sport og krimi. Sendetiderne er i en vis udstrækning koordinerede, således at det kun er i tidsrummet klokken 20–21.30 der er tale om *like-for-like* modprogrammering med livsstils-, fakta- og dokumentarudsendelser. Nyheder og aktualitetstalkshows sendes på forskellige tidspunkter.

For begge hovedkanaler gælder altså, at strukturen i deres programflader er blevet mere fast hen over årene. Når DR1 har styrket sin position over for den konkurrerende hovedkanal, efter porteføljens omlægning, skyldes det med stor sandsynlighed den udvidede super prime time mellem de to *TV-Aviser*. At DR1 har fået mulighed for at sende flere/længerevarende programmer i dette tidsrum har betydet, at kanalens struktur er blevet mere lig TV 2s. Tilmed er det i højere grad blevet de samme programtyper, der sendes på de to kanaler på denne tid af aftenen, hvorved konkurrencen er blevet skærpet mellem de to hovedkanaler.

6.4 Strukturen i prime time på porteføljekanalerne

I dette afsnit belyses porteføljekanalerne programflader ud fra en undersøgelse af, hvornår den enkelte kanals prime time ligger, og hvorledes den overordnede programfladestruktur hen over ugen ser ud i 2005, 2010 og 2015. Prime time er naturligvis altid tilpasset en kanals målgruppe, og skønt flere af de kanaler, der analyseres, adresserer den voksne seer, er der alders- og interessebaserede forskelle kanalerne imellem, der bevirker, at prime time kan forventes at være placeret forskelligt på tværs af porteføljen. At prime time ikke er placeret samtidigt på alle kanaler, vil have den funktion, at seerne kan nyde godt af de vigtigste (egenproducerede) programmer på flere kanaler end blot en enkelt i løbet af en aften. Derfor vil afsnittets analyser af de forskellige kanalers prime time være et centralt element i kapitlets samlede ambition om at afdække, i hvilket omfang kanalerne programflader spiller sammen som en portefølje med et samlet udbud, eller om der i højere grad er tale om, at DR driver et antal separate kanaler.

Et led i at afklare, hvornår en kanals prime time ligger, er at indkredse hvilke programmer, der udgør kanalens *signaturprogrammer*. I kapitel 4 beskrev jeg, hvordan det i et medielandskab præget af et voksende antal kanaler og platforme er nødvendigt med tydelige og distinkte kanalprofiler, og signaturprogrammerne er vigtige i forhold til at tegne den enkelte kanals profil. Ifølge planredaktionschef i DR Henrik Birck skal der ikke mere end to til tre markante programmer til at etablere en stærk kanalprofil, så længe disse placeres i kanalens

⁵²I TV 2s sendeplaner skal der i programtiderne indregnes reklamer, der sendes mellem programmerne.

prime time: "(...)kanalernes profiler er båret af deres prime time-programmer og i høj grad også af deres egenproduktioner i prime time" (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016). At egenproduktionerne placeres i prime time skyldes for det første, at der er tale om programmer produceret med den enkelte kanals målgruppe for øje, og derfor programmer der er tilpasset kanalens profil. For det andet er de egenproducerede, dansksprogede programmer typisk omkostningstunge, da det er dyrt at producere til et lille sprogområde som det danske med begrænsede muligheder for videresalg. Når der er tale om dyre programmer, har tv-stationerne og den enkelte kanal en interesse i at markedsføre egenproduktionerne, for at sikre dem så stor seertilslutning som muligt, hvorfor disse programmer typisk vil blive placeret i prime time. Dermed kommer egenproduktionerne ofte til at tegne den enkelte kanals profil og fungere som signaturprogrammer for kanalerne. Det er på denne baggrund, jeg lægger særlig vægt på de egenproducerede programmer i analyserne, og ikke for at postulere, at det egenproducerede indhold nødvendigvis er 'mere public service' end indkøbte programmer. I den ovenstående analyse af DR1 var indsat figurer, der illustrerede programplanen for hver enkelt uge de tre belyste år. Tilsvarende skemaer er udfærdiget for porteføljekanalerne, og disse er at finde i bilag 6-8⁵³.

6.4.1 DR2

Som det gælder for *TV-Avisen* på DR1, sætter DR2s aktualitets- & debatprogram *Deadline* rammen om kanalens aftenflade. I 2005 og 2010 blev sendt to *Deadline*-udsendelser i løbet af aftenen, henholdsvis *Deadline 17:00* og *Deadline* klokken 22.30. I 2015 var *Deadline 17:00* erstattet af *DR2 Dagen*, mens man havde fastholdt den sene *Deadline*. Disse programmer er så central en del af DR2s programflade, så udsendelsen klokken 17 sendes alle hverdage inklusiv fredag, mens *Deadline* klokken 22.30 sendes alle ugens dage. Sådan er det både i 2005, 2010 og 2015. *Deadline 17:00* var af 30 minutters varighed, mens *DR2 Dagen* i 2015 varede fra klokken 17.00 til 18.30. Den sene *Deadline*-udsendelse er tilsvarende blevet udvidet, således at den i 2015 varede 45 minutter mod 30 minutter i 2005 og 2010. Disse udvidelser af programformaternes varighed er interessante, da de peger på, at når DR2s profil som samfunds- og debatorienteret kanal blev styrket i 2014, afspejles det konkret i programfladen i form af længerevarende signaturprogrammer.

Kanalchef på DR2 Christoffer Guldbrandsen fremhæver, udover *Deadline*, de to programmer *Debatten* og *Detektor* som værende en del af DR2s DNA (Interview med Christoffer Guldbrandsen, 9/2 2016). I både 2005, 2010 og 2015 er *Debatten* blevet sendt torsdag klokken 20.00, og dette kan således siges at være et andet af kanalens signaturprogrammer – både ud fra sin lange levetid og fordi man fra DRs side har valgt at holde fast i placeringen af programmet, hvilket gør det lettere for seerne at orientere sig i fladen. Som det også er set med *Deadline/DR2 Dagen*-udsendelserne, er *Debattens* sendetid gradvist blevet udvidet hen over den undersøgte periode: Hvor udsendelsen i 2005 var af 40 minutters varighed, var den i 2010 af 50 minutters og i 2015 af 60 minutters varighed. Således er også *Debattens* varighed et udtryk for, at samfunds- og debatstoffet har fået mere plads på kanalen, og at signaturprogrammerne er blevet styrket, hvilket medvirker til at tegne kanalens profil. Det tredje program, Guldbrandsen nævner, er *Detektor*. Dette program er af nyere dato i forhold til projektets undersøgelseshorisont, idet det er blevet sendt siden 2011. Hvor *Detektor* i programmets første leveår blev sendt om tirsdagen, har det siden 2013 været sendt torsdag efter *Debatten*. Ved at placere to stærke DR2-programmer efter hinanden, sikrer kanalen sig

⁵³Nyhedskanalen DR Update vil ikke indgå i analyserne. Årsagen er, at nyhedskanalen med sin flade bestående af opdateringer og genudsendte nyhedsindslag fremstod som et separat tilbud, og at der for DR Updates vedkommende ikke fremkommer relevante svar ud fra undersøgelseskriterierne.

et stærkt profileret aktualitets- og debat-slot torsdag fra klokken 20 til 21.30.

Indholdsmæssigt bød DR2s aftenfladen i både 2005 og 2010 på en blanding af fiktion, satire, dokumentar og aktualitet, samt mad-, kunst- og livsstilsprogrammer. I 2015 domineres DR2s programflade af dokumentar-, aktualitets- og debatprogrammer som følge af kanalens reprofilerings, omend der bliver plads til fiktion (onsdag og fredag) og satire (torsdag). Ifølge Guldbrandsen tilstræber man at samle forskellige programtyper de forskellige dage (Interview med Christoffer Guldbrandsen, 9/2 2016). Således er eksempelvis tirsdag i 2015 præget af dokumentarer, onsdag af fiktion og torsdag, som beskrevet, af DR2s egne aktualitets- og debatprogrammer.

Sendetiderne i fladen mellem klokken 17.30 og 20 er præget af ensartethed i både 2005, 2010 og 2015, hvor programserier strippes hen over ugens hverdage. Derimod er det vanskeligt at spore en struktur i programfladen i tidsrummet mellem klokken 20 og 22.30, idet programmernes starttider, alle tre år, er noget uensartede hen over ugen.

6.4.2 DR K

Det er naturligvis et spinkelt grundlag at drage konklusioner på baggrund af en enkelt uge som eksempel på, hvordan en tv-kanal har taget sig ud et givent år, men ud fra programplanerne for DR K i uge 46 i 2010 og 2015 kan det tolkes som, at kanalens programmæssige profil er faldet mere på plads i løbet af de år, der er gået. Tages udgangspunkt i kanalens sendetider og programmer, er det vanskeligt at fastslå, hvornår DR Ks prime time er placeret i 2010. Alle ugens dage er et break klokken 20.00, hvorfor det kan tolkes som, at kanalens prime time ligger her og fremefter, men i hverdagene er det kun torsdag, der sendes et dansk program efter dette break, de andre dage sendes udenlandske dokumentarprogrammer. I tidsrummet 18–20 sendes danske programmer, herunder en del (ældre) dansk fiktion, men disse programmer bærer mere præg af at være succeser fra arkivet end (nyproduceret) prime time-materiale målrettet kanalens profil. De yderst få egenproduktioner er i 2010 placeret onsdag klokken 21.00 og klokken 21.40. Torsdag sendes tilsvarende kulturprogrammer (men ikke egenproduktioner) klokken 20.00 og klokken 21.25. De andre dage sendes udenlandsk fiktion eller dokumentar på disse tider, og der er således ikke tale om en tydelig indikation af prime time i form af faste sendetider for DR Ks signaturprogrammer. Ligesom den indholdsmæssige struktur er uklar, er også sendetiderne noget uigennemskuelig i 2010: Mens den tidlige aftenflade er præget af ensartede sendetider i løbet af ugen, fremstår fladen efter klokken 20 uden noget genkendeligt mønster.

I 2015 er der ligeledes tale om, at et break er placeret alle dage klokken 20.00. Men til forskel fra 2010 sendes på dette tidspunkt tirsdag–torsdag egenproducerede programmer⁵⁴. Disse fortsætter frem til henholdsvis 22.30, 22.00 og 21.30. Fredag aften på DR K er præget af fiktion, lørdag byder på både fiktion og dokumentar, mens søndagens aftenflade består af musik, dokumentar og en række egenproduktioner. På baggrund af disse betragtninger kan det altså konstateres, at hvor det i 2010 var mindre tydeligt, hvornår DR Ks prime time lå, idet der sendtes markant færre egenproduktioner, er kanalens profil i 2015 blevet skærpet, og i tidsrummet fra klokken 20 til henholdsvis 22.30, 22.00 og 21.30 sendes i hverdagene egenproduktioner, heraf flere faste formater.

Afslutningsvis bør programkonceptet *Dagens sang* kort nævnes. Både i 2010 og i 2015 sendes alle ugens dage fem minutters *Dagens sang*, hvor et af DRs kort fremfører en sang. Omend der er tale om en kort udsendelse, er programmet (måske mest af alt som signalværdi)

⁵⁴Mandag er en undtagelse for denne struktur. 9. november 2015 markerede DR K årsdagen for Berlinmurens fald med særlige temaprogrammer, men en sammenligning med ugerne 44, 45, 47 og 48 dette år viser, at der gerne sendes udenlandske dokumentarer mandag klokken 20.

med til at tegne DR Ks profil som en kulturkanal. Hvor programmet i 2010 var placeret klokken 17.55-18.00, lå udsendelsen i 2015 klokken 19.55-20.00, og leder således op til, hvad der må betegnes som DR Ks prime time.

6.4.3 DR HD

Af de tre undersøgte år har DR HD kun sendt i 2010, hvorfor sammenligningsgrundlaget for fladens udvikling er ikke-eksisterende. For at kompensere for denne begrænsning i analysen har jeg, i højere grad end hidtil, inddraget de omkringliggende uger i 2010. I tidsrummet frem mod klokken 20 er DR HDs programflade præget af ensartethed hen over uges hverdage (inklusive fredag). Alle dage er placeret et break klokken 20.00, hvilket er i overensstemmelse med de resterende kanaler i DRs portefølje i 2010. Efter klokken 20 bliver sendetidernes struktur noget mere uklar, men mest iøjenfaldende er den meget blandede indholdsprofil i programmerne sendt efter klokken 20. Der sendes fiktion, satire og dokumentar, herunder en del rejseprogrammer. For flere af fiktionsprogrammerne gælder, at der er tale om samsendte udsendelser med DR1 og DR2. DR HDs mange dokumentarer og rejseprogrammer er derimod unikke for kanalen. Denne blanding af egne (indkøbte) og samsendte programmer bidrager til, at den samlede flades profil bliver noget uklar, og det er vanskeligt at slå fast, hvilke programmer der er DR HDs signaturprogrammer, og hvornår kanalens prime time er.

En sammenligning med ugerne 44, 45, 47 og 48 viser, at kanalens programstruktur går igen fra uge til uge, således at der omtrent samtidig hver mandag, tirsdag, onsdag osv., sendes henholdsvis fiktion, rejseprogram, naturdokumentar mv. Trods denne gentagelse i programplanerne fra uge til uge bærer både programfladens noget tilfældigt sammensatte struktur og programmerne i sig selv præg af, at DR HDs profil, som det også blev beskrevet i kapitel 4, som udgangspunkt var styret af en teknologisk mulighed frem for en indholdsmæssig logik. Derudover er en medvirkende faktor til, at DR HDs programflade bliver uoverskuelig, at de forskellige afsnit af programserien *Mega nedbrydning* der sendes i løbet af ugen, har meget forskellige sendetider: mandag klokken 20.45, torsdag klokken 18.15, fredag klokken 20.50 og søndag klokken 17.20. Der er således ikke tale om, at programmet har et særligt slot eller en tilsvarende tidsmæssig struktur. Endelig kan nævnes, at der ikke er markante forskelle på hverdagens og weekendens programflade på DR HD. Fredag, lørdag og søndag sendes de samme programtyper eller decideret de samme programserier som i hverdage, og heller ikke i forhold til sendetiderne ses store udsving fra hverdage til weekenddage.

6.4.4 DR3

Som det også gjaldt for DR HD, har jeg inddraget de omkringliggende ugers programplaner, for at kunne pege på nogle tendenser i DR3s flade, der ligger ud over en enkelt uges programplan. Ifølge kanalchef Irene Strøyer er DR3s prime time placeret i tidsrummet klokken 21-23, da det er her målgruppen, de yngre voksne på 15-39, har tid og mulighed for at sætte sig til rette foran tv'et (Interview med Irene Strøyer, 5/2 2016). Den struktur, der tegner sig gennem programplanerne, er, at kanalens egenproduktioner typisk sendes klokken 21.30 i hverdage. Nogle dage (mandag, onsdag og torsdag) er ligeledes placeret egenproduktioner før klokken 21.30, mens der onsdag og torsdag desuden sendes egenproduktioner efter udsendelsen klokken 21.30. Med få undtagelser er de egenproducerede programmer af 30 minutters varighed.

Den tidlige aftenflade på DR3, altså tidsrummet fra klokken 17 og frem til klokken 20, er præget af, at der strippes programmer hen over ugens hverdage. Hele fem ud af de seks programmer, der sendes fra omkring kl. 16.30-20 er strippede, og kun udsendelsen omkring

klokken 18 varierer fra dag til dag. I dette slot (genud)sendes DR3s egne programmer. Det kan i øvrigt bemærkes, at når det sendes to (eller tre) på hinanden følgende afsnit af *Family Guy*, skyldes det ifølge Peter Rosberg, at det enkelte program er af for kort varighed til, at man på dansk, ikke-kommercielt tv vil nøjes med at sende en enkelt episode (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016).

Sammenlignes sendetiderne i uge 46 med tiderne i de omkringliggende uger, fremkommer den måske overraskende pointe, at der for flere programmers vedkommende ses forskydninger i programmernes starttider. Eksempelvis bliver den amerikanske fiktionsserien *Crazy ex-girlfriend* i uge 46 og 47 sendt lørdag klokken 19.55, mens den i uge 48 sendes lørdag klokken 20.00. I løbet af uge 46 varierer sendetiderne også for eksempelvis *Fif TV* og *The Tonight Show med Jimmy Fallon* fra 5 til 25 minutter (jf. bilag 8). Når der på denne måde ses variationer i sendetiderne, både i og uden for prime time, kan en årsag være, at der fra DRs side er en forventning om, at DR3-seerne vil streamme indholdet frem for at se det live. Dette gør sig ikke mindst gældende for de programmer, der sendes tidligt på aftenen, hvor DR3s målgruppe muligvis gerne vil se de sendte programmer, men ikke har tid når disse sendes på den lineære tv-kanal. De skiftende sendetider bliver uden betydning, hvis indholdet i stedet tilgås som catch up på DR TV.

Indholdsmæssigt er DR3s programflade præget af, at programmet, der sendes omkring klokken 20, som hovedregel er udenlandsk. Ifølge Strøyer har hver aften et særligt tema, sådan som det også gjaldt for DR2, således at der eksempelvis mandag typisk sendes dokumentarer og hvad Strøyer betegner som *den personlige fortælling*, mens onsdag byder på kanalens flagskibsprogrammer (Interview med Irene Strøyer, 5/2 2016). Weekendens programflade på DR3 er præget af fiktion, både serier og film. Af de genudsendte programmers placering fremgår, at weekendens prime time på DR3 ligger fra klokken 20 fredag og lørdag, og fra klokken 21 søndag.

6.4.5 DR Ramasjang og DR Ultra

Når DRs børnekanaler i dette kapitel bliver behandlet særskilt, skyldes det, at mens de i forhold til målgruppeprofiler og indhold er en vigtig del af DRs samlede kanalportefølje og centrale i varetagelsen af public service-opgaven, så befinder de sig, når det kommer til sendeplanerne, i et parallelt spor til kanalerne for det voksne publikum, og har kun få berøringspunkter med disse⁵⁵. Som jeg gjorde rede for i kapitel 4, var DR Ramasjang i 2010 en kanal for børn i aldersgruppen 3–12 år, mens denne brede målgruppe i 2015 havde fået hver sin kanal i form af DR Ramasjang for de 3–6 årige og DR Ultra for de 7–12 årige. Derfor er der selvsagt markante forskelle på DR Ramasjangs programflade i 2010 og de to børnekanalers programflader i 2015, hvorfor det ikke vil være meningsfyldt at lægge forandringerne, der er set hen over denne periode, til grund for en karakteristik af udviklingen i programfladerne målrettet børn.

Også på DR Ramasjang og DR Ultra er prime time tilpasset målgruppen. En stor del af seningen på DRs børnekanaler finder sted om morgenen, og ellers er børnekanalernes prime time mellem klokken 16 og 19, ifølge kanalchef Morten Skov Hansen. Her vil DR Ramasjangs prime time ligge tidligt og DR Ultras prime time sent inden for dette tidsrum (Interview med Morten Skov Hansen, 8/2 2016). Ligesom det gjaldt for kanalerne målrettet de voksne seere, følger børnekanalerne ikke blot en dagsrytme, men også en ugentlig rytme. Ifølge kanalchefen er det af pædagogiske grunde vigtigt, at søndag aften, skønt stadig en del af weekenden, byder

⁵⁵Eksempler på sådanne berøringspunkter er *MGP*, børnenes *Melodi Grand Prix*, der vises på DR1, og *Ultras Sorte Kageshow*, børnenes pendant til DR1s-succesfamilieprogram *Den store bagedyst*, der sendes på DR Ultra umiddelbart efter at DR1 har vist *Den store bagedyst*.

på en mere afdæmpet flade end fredagens og lørdagens, for at forberede børnene på, at det snart er hverdag igen (ibid.). Det er karakteristisk for børnekanalerne, både i 2010 og 2015, at de fleste programmer er af forholdsvis kort varighed, hvorfor der sendes mange programmer i løbet af dagen. Indholdsmæssigt gælder for begge år, at der sendes en stor andel fiktion, både animation og *live action*, men også mere læringsorienterede programmer og dokumentarer.

I 2010 sendte DR Ramasjang i hverdagene fra klokken 06 til klokken 20.30, i weekenderne var sendetiden udvidet til klokken 21–21.30. Hverdagens programflade i tidsrummet 16–18 var meget regelmæssig: De samme programmer strippes hen over ugen på de samme tidspunkter, således at seerne ved, at eksempelvis klokken 17.00–17.30 sendes *Ramasjang live* - et signaturprogram, hvor to værter behandlede forskellige (aktuelle) emner, lavede quizzer for deltagende børn, og hvor seerne havde mulighed for at interagere med programmet og vinde præmier. Weekendens flade afviger fra denne struktur ved blandt andet at have længerevarende programmer eller at sende flere på hinanden følgende afsnit af samme serie, noget der ikke ses i hverdagene. Bortset herfra går nogle af programmerne igen fra hverdag til weekend, omend de sendes på andre klokkeslæt.

I tidsrummet mellem klokken 18 og 18.30 sendes i hverdagene egenproduktioner såsom *Bamses Lillebitte Billedbog*, *Lille Nørd* og *Kaj og Andrea*, programmer der også er blevet sendt på DR1 under samlebetegnelsen *Fjernsyn for dig*. I 2010 sendte hovedkanalen, som det tidligere er beskrevet, stadig børneprogrammer i tidsrummet frem mod klokken 18. Sammenlignes programfladen for DR Ramasjang med fladen for DR1 i uge 46 i 2010, fremgår, at der ikke er tale om samsendte programmer, skønt begge kanaler sender indhold til børn. Onsdag sendes på begge kanaler en udsendelse med figuren Hr. Skæg, men hvor det på DR1 er *Skæg med bogstaver*, er det på DR Ramasjang *Skæg med tal*. Og tirsdag i den tidlige aftenflade viser begge kanaler et afsnit af programserien *Lille Nørd*. Det er samtidig værd at bemærke, at disse programmer sendes forskudt, så hvis seerne har lyst, er det muligt først at se en udsendelse på DR1, og så se et afsnit mere på DR Ramasjang. Gennem speak og trailer på DR1 gøres opmærksom på, at endnu et afsnit sendes på børnekanalen. Tilsvarende gælder, at skønt der på hovedkanalen også sendes programmer for børn fra klokken 06, er disse udsendelser ikke identiske med det indhold, der samtidigt vises på DR Ramasjang. At der på denne måde to gange i døgnet sendes børneprogrammer på to af DRs kanaler, udvider børnemålgruppens mulighed for at vælge program. At dømme ud fra programmernes titler tyder det på, at DR Ramasjangs morgenflade med programmer som *Tintin* og *Lucky Luke* i 2010 var målrettet de større børn, mens DR1 med programmer som *Blå Ko* og *Postmand Per* viste indhold for de yngre børn. Der er således tale om et komplementært tilbud til børnemålgruppen.

I 2015 er DR Ramasjangs programflade præget af en forholdsvis høj grad af regelmæssighed i hverdagene i tidsrummet mellem klokken 16 og 17, idet de samme programmer strippes mandag–fredag, med få variationer. Klokken 17.00, mandag–fredag, indledes en ny del af fladen med programtitlen *Hej Ramasjang*. Efter et kort indslag af omkring 4–5 minutters varighed ved nogle af de kendte Ramasjangværter sendes en eller flere af DR Ramasjangs egenproduktioner. En interessant pointe er, at de egenproducerede programmer går igen klokken 18.30 (i det traditionelle *Fjernsyn for dig*-slot). Dog er der ikke tale om, at de samme afsnit sendes igen samme dag, i stedet sendes andre afsnit i programserien. Egenproduktionerne veksler med korte animationsfilm frem mod klokken 19. I tidsrummet klokken 19–20 bliver programfladen igen meget regelmæssig i forhold til programtitler og sendetider, idet de samme programmer strippes mandag–torsdag. Alle ugens dage afsluttes dagens programflade med ti minutters *Godnathistorier*, inden *Ramasjang sover* kommer på skærmen. *Ramasjang sover* sendes fra klokken 20 til klokken 06 den efterfølgende morgen, og består af små klip med de forskellige Ramasjang-karakterer, der sover. Herved signaleres til børnemålgruppen, at det er sengetid, og idet det på skærmen angives (i form af en nedtælling), hvornår Ramasjang

vågner, ved børnene, hvornår de kan forvente, at der sendes programmer igen.

Ligesom på kanalen for de yngste børn gælder for DR Ultra, at programfladen frem mod klokken 18 er præget af en fast struktur i hverdagene, hvor de samme programmer strippes mandag–fredag (med en enkelt variation fredag). I hverdagene, mandag–torsdag, sendes klokken 18.00 ti minutters nyhedsudsendelse målrettet aldersgruppen i form af programmet *Ultra Nyt*. Efter *Ultra Nyt* og frem mod klokken 20 sendes primært egenproducerede programmer, hvoraf nogle er fiktion, mens andre er af mere oplysende og dokumentaristisk karakter. Bortset fra mandag, hvor der sendes et quiz-program, sendes primært fiktion fra klokken 20 og frem til aftenens afslutning. I weekenden slutter aftenens sidste program senere end i hverdagene, og søndag i uge 46 varede genudsendelsen af DR1s familieunderholdningsprogram *Vidunderbørn* helt til klokken 22.10. Ligesom på DR Ramasjang viser DR Ultra en natteflade, men for de større børn er der tale om optagelser fra nogle lange, tomme gange, der ikke, som på DR Ramasjang, signalerer tryghed og hygge - snarere tværtimod.

6.5 Programfladens opbygning af flow

”Flow virker helt sikkert stadigvæk. I særdeleshed på hovedkanalerne, det vil sige på DR1 og TV 2, der virker flow rigtig stærkt(...) Men det er ikke så nemt som det var engang, hvor det ligesom bare var at lægge perler på en snor, og så skulle du bare sørge for at lægge *Matador* først, havde jeg nær sagt, og så skulle [seerne] nok blive hængende resten af aftenen. Den der form for inertie eksisterer ikke længere”. (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016)

Som det fremgår af citatet, er flow stadig et vigtigt koncept i tilrettelæggelsen af DRs programflader, ifølge planredaktionschef Henrik Birck, men primært på hovedkanalen: På porteføljekanalerne vælger seerne de enkelte programmer til på en anden måde, så der virker en flow-opbygning af programfladen ikke tilsvarende, ifølge Birck (ibid.).

I dette afsnit vil jeg analysere, hvorledes og i hvilket omfang opbygningen af et flow kan spores i programfladerne på DRs tv-kanaler og – i bekræftende fald – om der er set en udvikling fra 2005 til 2015, hvor både den øgede konkurrence og de nye on demand-tilbud må forventes at spille ind. Som jeg slog fast i afsnit 6.2, anskuer jeg flow som en programlægningssteknik, hvorigennem DR kan strukturere sine programflader ud fra en ambition om at fastholde seerne og føre dem fra ét program til det næste. Som følge af denne ambition er det kun en detaljeret seertalskortlægning hen over en aften, der kan vise, om det intendede flow er blevet realiseret i tv-seningen. Hvad jeg kan og vil belyse i dette afsnit, er derfor det strategiske flow, som det fremgår af programlægningen.

6.5.1 Flow i DR1s programflade

I afsnit 6.3 behandlede jeg DR1s programflade i prime time, og nærværende analyse vil trække på flere af de fund, jeg gjorde der. Jeg vil specifikt beskæftige mig med strukturen i og placeringen af kanalens aktualitetstalkshows *Dagens Danmark* og *Aftenshowet*, børneprogrammernes forsvinden fra DR1, udvidelsen af prime time samt *TV-Avisen* og nyhedsværtens rolle i aftenens programflade.

Ifølge Peter Rosberg kræver det både erfaring, mavefornemmelse og psykologisk indsigt at kunne tilrettelægge en velfungerende programflade. Og fra kanalchef Henriette Marienlund lyder det, at det netop er en viden om, hvor seerne mentalt befinder sig i løbet af aftenen, der er styrken ved den professionelt tilrettelagte programflade (Interviews med Peter Rosberg og Henriette Marienlund, henholdsvis 6/4 2016 og 10/2 2016). Programfladen skal altså tage

højde for, i hvilken situation og sindsstemning seeren befinder sig. Et eksempel på at programmerne skal tilpasses den fysiske situation, seeren befinder sig i, er DR1s aktualitetstalkshows *Dagens Danmark* (2005) og *Aftenshowet* (2010 og 2015). Dramaturgien i disse programmer tager hensyn til, at seerne på denne tid af aftenen har travlt med andre gøremål såsom madlavning og oprydning efter måltidet, og programmerne består i en række kortere indslag, der gør det muligt at gå til og fra skærmen. Når det er relevant at fremhæve disse programmer i relation til flow, er det af to årsager: Dels etableres et flow i den enkelte udsendelse, hvor forskellige programelementer udgør den samlede udsendelse og det annonceres hvilke indslag, der kommer på "senere", dels fungerer *Dagens Danmark/Aftenshowet* som *lead-off* til den tidlige prime time. I både 2005 og 2015 følger en kort *TV-Avis* efter aktualitetstalkshowet, inden aftenfladen fortsættes. Hvor *Dagens Danmark* i 2005 var af 30 minutters varighed, og *Aftenshowet* i 2015 af 50 minutters varighed, var *Aftenshowet* i 2010 på samlet 60 minutter, men opdelt i to afsnit, der omkransede den tidlige *TV-Avis*.

Ud over at den tidlige aftenflades aktualitetstalkshows lægger op til, at seeren kan følge med på trods af andre aktiviteter, tages der i programfladens opbygning, som Marienlund anfører, hensyn til, hvordan seeren typisk har det i løbet af aftenen. Som det er beskrevet tidligere i kapitlet, sendtes på DR1 i uge 46 i 2015 en række livsstils- og dokumentarprogrammer i super prime time. Både mandag og torsdag ses en progression i den indholdsmæssige tyngde i disse programmer, når der først sendes det meget lette og underholdende *Kender du typen?* og derefter det noget tungere *Frømandskorpset* (mandag), og det hyggelige livsstilsprogram *Bonderøven* efterfulgt af dokumentar om den europæiske flygtningekrise (torsdag). På samme måde følger et magasinprogram den sene *TV-Avis* alle hverdagsaftener, hvor det indholdsmæssige flow opfordrer til yderligere fordybelse. At indholdet således får lov til at udvikle sig i et flow gennem aftenens programflade, er dog ikke et gennemgående træk ved super prime time, hverken i 2015 eller de andre analyserede uger. Andre dage gør den modsatte tendens sig gældende, således at indholdet blive lettere og mere underholdende. Et eksempel på dette er torsdag i 2005, hvor *Lægens bord* afløses af *Drømmehuse* og *Showtime: Udfordringen*.

Ytreberg (2002, 300) skriver, at: "(...)it remains very hard to construct schedules that are both mixed and promote effective flow". Denne pointe skal ses i relation til, at flow er baseret på seerarv fra det ene program til det næste. For at denne seerarv kan finde sted, skal der være en vis homogenitet i programfladen, således at de forskellige programmers profil i form af eksempelvis genre, tematik og/eller æstetik alle passer til målgruppen. Afviger et program for meget fra resten af fladen, mister kanalen seere. For en (public service-)kanal med en blandet programflade vil det derfor være en større udfordring at etablere et flow, end det vil være for en kanal med mere homogent indhold. Som jeg allerede har beskrevet i de foregående kapitler og i analysen af strukturen på DR1, nyder DR1 godt af porteføljekanalernes tilkomst. Dette skal ikke mindst ses i forhold til flowet på hovedkanalen: De programtyper, der i målgruppemæssig forstand er vanskelige for hovedkanalens profil, kan flyttes til porteføljekanalene, således at der kan etableres et bedre flow mellem de tilbageværende programmer. Ytreberg fremhæver børneprogrammer som en af de udfordringer, public service-kanalerne har i forhold til at skabe et flow i programfladen, eftersom seerarven er yderst begrænset fra et børneprogram til den efterfølgende flade orienteret mod det voksne publikum (ibid., 295). At børneprogrammerne gradvist er fjernet fra DR1s programflade mellem 2005 og 2015, har givet plads til udenlandsk fiktion for voksne, en kort *TV-Avis* samt et livsstilsprogram om genbrug i uge 46 i 2015 (jf. afsnit 6.3.3). Samtidig har det betydet, at der er etableret et bedre flow gennem DR1s tidlige aftenflade, hvor programmerne i højere grad er genremæssigt og tematisk beslægtede, rettet mod den samme målgruppe (det brede, voksne publikum) og dermed lettere kan fastholde

seerne⁵⁶. I tillæg hertil er super prime time blevet udvidet med en halv time, hvilket yderligere har styrket DRs mulighed for at etablere et flow på hovedkanalen. Dette kan udnyttes ved, at der enten sendes flere programmer inden for samme interesseområde/henvendt til samme målgruppe, eller ved at programmernes varighed forøges, så programmerne dermed opfordrer seeren til at blive på kanalen i længere tid – og mindsker antallet af afbrydelser mellem programmerne.

Det sidste flow-skabende element på DR1, der her skal behandles, er den rolle, *TV-Avisens* nyhedsvært kommer til at spille som gennemgående figur i programfladen. På DR1 og DR2 live-speakes i tidsrummet klokken 17–24, og herigennem fremkommer en kanalstemme, som taler direkte og personligt engageret til seerne mellem hvert program. En synlig kanalvært gøres ikke brug af på DRs kanaler i perioden, men *TV-Avisens* vært får alligevel en funktion, der kan minde om kanalværtens ankerrolle. I 2005 sendes aftenens første *TV-Avis* klokken 18.30. Udsendelsen varer 25 minutter, hvorefter *Dagens Danmark* starter. Når aktualitetstalkshowet er slut klokken 19.25, sendes fem minutters *TV-Avis* førend aftenfladen fortsætter med (primært) oplysnings- & kulturprogrammer indtil den sene *TV-Avis* klokken 21.00. I 2010 var der kun to *TV-Aviser* i løbet af aftenen, nemlig klokken 18.30 og klokken 21.00. Men som det fremgår af bilag 11 (og figur 6.12 i afsnit 6.7.1), sendte DR1 i uge 46 i 2010 flere dage en trailer for *TV-Avisen* klokken 21.00, hvor nyhedsværten selv fortalte, hvad udsendelsen ville beskæftige sig med, hvilket bevirker, at denne trailer fik en højere grad af live-flow-karakter end programomtaler ved kanalstemmen.

I 2015 benyttes atter den struktur, hvor der sendes et kort nyhedsresumé mellem de to *TV-Aviser* klokken 19.55–20.00. Her opsummerer værten ikke blot dagens hovednyheder, men kigger også frem mod den sene *TV-Avis* klokken 21.30 og fortæller, hvad der her vil være på programmet. Herefter tager kanalstemmen over og kan berette om, hvilke programmer der vil blive sendt indtil da. Forud for dette sendes også en kort *TV-Avis* allerede klokken 17.50–18.00 samt den længere nyhedsudsendelse klokken 18.30. Det skal for en god ordens skyld nævnes, at det ikke er den samme person, der agerer vært i den tidlige og den sene *TV-Avis*. Dermed bliver det ikke en enkelt person, der visuelt træder frem fire gange og binder fladen sammen fra klokken 17.50 til 21.55. Alligevel får nyhedsværten funktion af et flow-skabende element, når denne ekspliciterer dels en indholdsmæssig, dels en genremæssig kontinuitet i en ellers blandet programflade. I tillæg hertil integreres den tidlige *TV-Avis* klokken 18.30 og det efterfølgende *Aftenshowet* yderligere i 2015, når der sidst i *TV-Avisen* kortvarigt stilles om til *Aftenshowets* studie for en kort præsentation af, hvad *Aftenshowet* har på programmet den pågældende aften, førend der vendes tilbage til nyhedsstudiet med sport og vejrudsigt. Hermed får nogle få, centrale værter en bærende rolle i aftenens programflade, og det er både på programniveau og internt i programmerne, grænserne mellem de enkelte udsendelser søges nedbrudt, så et sammenhængende flow etableres.

6.5.2 Flow på porteføljekanalerne

Ifølge Henrik Birck er det, som nævnt ovenfor, vanskeligere at skabe et velfungerende flow på porteføljekanalerne, da det på disse kanaler ofte vil være tilfældet, at seerne tænder for at se en specifik udsendelse, og ikke for at se tv som sådan. At seerne på den måde udvælger

⁵⁶I andre henseender går DR1 direkte imod retningslinjerne for flow-tilrettelæggelse. Et eksempel fra den tidlige aftenflade er, når der fast sendes en times *Disney sjov* i forlængelse af fredagens *TV-Avis*. Et eksempel fra super prime time er de ti minutters nyheder, der er blevet sendt midt i *X-factor*. Disse valg skal ses i forlængelse af, dels at DR1 er en bred kanal, der er forpligtet på at dække hele befolkningen, dels at kanalen opererer med meget veletablerede *slots*, så det ligger helt fast i seernes bevidsthed, at der sendes *Disney sjov* fredag klokken 19.00 og et kort nyhedsindslag fredag klokken 21.00 – uagtet de omkringliggende programmer.

specifikke programmer betyder, at klassiske flow-greb som *hammocking* eller *tentpoling* til introduktion af nye programmer ikke har den samme effekt som på hovedkanalen. Alligevel må det forventes, at DR bestræber sig på at skabe en vis grad af flow i programfladen på porteføljekanalerne, da det modsatte vil betyde en unødigt risiko for at miste seere til konkurrerende kanaler.

Som tidligere mediedirektør Lars Grarup blev citeret for i kapitel 4, var DR2s profil i 2005 uklar, fordi kanalen skulle rumme rigtig mange forskellige genrer inden for et begrænset økonomisk og tidsmæssigt råderum. I dette kapitel har jeg da også beskrevet, hvordan programmerne i kanalens prime time i 2005 var af meget blandet karakter, både i forhold til oprindelsesland, genre og tematik. Når der eksempelvis mandag vises engelsk fiktion efterfulgt af et program om design, derefter en let rejседokumentar, så igen en designudsendelse og dernæst en dokumentar om Tysklands genforening inden kanalens signaturprogram *Deadline* sendes, så er der tale om en flade, der øjensynligt bekræfter Henrik Bircks udlægning af porteføljekanalerne som kanaler, hvor seerne udvælger specifikke programmer. Nogle af de samme tendenser gør sig gældende for kanalen i 2010, hvor DR2 genre-mæssigt stadig var en forholdsvis blandet kanal. Men at der nu strippes programmer hen over ugen mandag–fredag i den tidlige aftenflade, medvirker til en større grad af flow, hvor seeren kan opbygge et kendskab til, og dermed en forventning om, hvilke programmer der sendes hvornår. Dog gælder stadig, at aktualitetsprogrammer veksler med fiktion, satire, kultur og historiske dokumentarer, så det indholdsmæssige flow er fraværende. Denne udfordring blev afhjulpet af DR2s reprofilerings, der har sikret en større genre-mæssig og tematisk sammenhæng mellem kanalens programmer, hvilket kan styrke seerens oplevelse af flow. Uge 46s programflade i 2015 demonstrerer i øvrigt, hvorledes de forskellige genrer, DR2 trods alt stadig byder på, i en vis grad er grupperet forskellige ugedage. Eksempelvis byder mandag og tirsdag på flere dokumentarer, onsdag vises udenlandsk fiktion, mens der torsdag sendes flere af DR2s egne signaturprogrammer, hvilket bidrager til et flow den enkelte aften.

Som porteføljekanal, der fra begyndelsen har været forholdsvis smalt profileret ud fra sit indhold, er der på DR K en anden indholdsmæssig forudsætning for at etablere et flow i programfladen, end tilfældet har været for DR1 og DR2s blandede programprofiler. Hvor der i 2010, som tidligere beskrevet, var meget få egenproducerede programmer på DR K, havde kanalen i 2015 bedre mulighed for at samle sine egenproduktioner, så der opstod indholdsmæssigt flow i prime times flade. Eksempelvis byder onsdag i uge 46 i 2015 på en række historisk orienterede (danske) programmer, mens der torsdag først sendes to designorienterede programmer og dernæst DR Ks filmmagasin *Filmselskabet*, som følges op af en fiktionsfilm. Derudover gøres der i 2015s programflade brug af den praksis, at der flere gange i løbet af ugen sendes to på hinanden følgende programmer af samme serie, eksempelvis *De vilde 60'ere* tirsdag, *Huset på Christianshavn* onsdag og lørdag og *Det var i maj* fredag. Hermed fastholdes seerne på kanalen i længere tid, og fladen bliver mindre fragmenteret. I 2010s programflade ses denne teknik (kaldet *doubling* eller *double bill*) også taget i brug, omend i mindre omfang. Således fremstår de to analyserede programflader som, at der begge år, grundet DR Ks indholdsmæssigt smalle profil, er gode muligheder for at etablere et flow, men at 2015s flade i større udstrækning formår at udnytte dette ved at gruppere kanalens (flere) egenproduktioner tematisk og hyppigere sende flere afsnit af samme programserie.

På DR HD blev i 2010 sendt et begrænset antal genrer med en smallere indholdsmæssig profil (naturdokumentarer, dokumentarer om katastrofer og fiktion, jf. bilag 7), hvorfor udfordringen ikke har været at skabe et indholdsmæssigt flow i fladen, men i højere grad at sikre en tilpas varieret flade samtidig med at seeren fastholdes gennem et veltilrettelagt flow. Jeg har allerede beskrevet, hvordan der i overraskende begrænset grad strippes programmer, skønt de samme titler går igen hen over ugen, idet eksempelvis afsnit af programserien *Mega*

nedbrydning sendes på forskellige tidspunkter i løbet af ugen. Andre programmer strippes dele af ugens dage, hvorfor fladens struktur giver indtryk af at være noget tilfældigt sammensat. De to danske fiktionsserier *Lulu og Leon* og *Borgen*, der vises i uge 46, er programsat, så der sendes to på hinanden følgende afsnit: en genudsendelse af sidste uges afsnit og denne uges nye afsnit. I forhold til at programmellemrummene også er en del af det flow, der skabes på en kanal, er det en ulempe for DR HD, at kanalen i løbet af ugen samsender programmer med DR1 og DR2. I uge 46 forekommer det nemlig, at der kommer et kort ophold i sendefloden (hvor der vises et still-billede fra den kommende udsendelse ledsaget af musik), mens man venter på, at de andre kanaler er klar til at sende programmet. Selvom der i realiteten er tale om et kort ophold, kan det ikke desto mindre betyde, at nogle seere vælger at skifte kanal.

På DR3 strippes flere programmer hen over ugens dage i den tidlige aftenflade. Dette bevirker, at seeren kan regne med, at når *The Tonight Show med Jimmy Fallon* er slut, sendes mandag-torsdag to afsnit af *Family Guy*, omend sendetiderne skifter i løbet af ugen (jf. afsnit 6.4.4). Når *Family Guy* doubles (eller triples) i hverdagene, er det for at sikre, at varigheden kommer op i forhold til de korte enkeltafsnit, så seeren fastholdes i længere tid og fladen bliver mindre fragmenteret. I forhold til det vertikale flow har hver ugedags aften et genremæssigt tema, som det tidligere er beskrevet, så der eksempelvis sendes flere dokumentarer mandag, de store flagskibsprogrammer onsdag (i uge 46 er der indholdsmæssig sammenhæng mellem to ud af de tre egenproduktioner) og fredag tre gange fiktion, hvorved der fremkommer et genre- eller indholdsmæssigt flow hen over aftenen.

På børnekanalerne er det andre mekanismer, der gør sig gældende for programfladens sammensætning, end på voksenkanalerne, da børns tv-tid ofte vil være et spørgsmål om, at de har fået lov til at se fjernsyn i et givent tidsrum (Interview med Morten skov Hansen, 8/2 2016). Derfor betyder flow mindre, da barnet ikke nødvendigvis kan få lov til at blive foran skærmen, uanset hvor veltilrettelagt og sammenhængende fladen måtte være. Af børnekanalernes programflader i 2010 og 2015 fremgår, at det fra DRs side prioriteres, at der i nogle dele af eftermiddagens/aftenens flade strippes programmer hen over ugen, mens andre dele af fladen er præget af større variation. At hverdagens programflade på DR Ramasjang i 2015 er helt fast fra klokken 19 til 20, hvor aftenen afsluttes med godnathistorie, giver en struktur og genkendelighed i barnets hverdag, der kan være en fordel for både børn og forældre.

6.6 En samlet portefølje eller enkeltstående kanaler?

I min undersøgelse af hvordan DR tilrettelægger sine tv-kanalers programflader, forfølger jeg tre dimensioner. Efter at have analyseret strukturerne og flow-opbygningen på hovedkanalen og porteføljekanalerne, vil jeg i dette afsnit undersøge programlægningen på tværs af DRs kanalportefølje: hvorvidt kanalerne strukturelt og indholdsmæssigt spiller sammen, eller om kanalporteføljen i højere grad fremstår som en række enkeltstående kanaler. I dette afsnit trækker jeg på fund fra de foregående analyser af strukturer og flow. Jeg tager udgangspunkt i tre parametre, jeg mener indikerer, om der etableres et samspil mellem kanalerne: Først vil jeg analysere omfanget af programfladens 'kryds', altså de tidspunkter hvor programmernes starttider er koordinerede, så det er nemt for seerne at skifte mellem kanalerne. Dernæst undersøger jeg de egenproducerede programmets placering, og endelig belyser jeg den genremæssige komplementaritet i programfladen på tværs af kanalporteføljen. Jeg er naturligvis interesseret i, hvorvidt der er sket ændringer fra 2005 over 2010 til 2015, og som hidtil i dette kapitel vil analyserne være fokuseret omkring prime time samt *lead off* og *lead out* (klokken 18–24) på kanalerne målrettet de voksne seere (undtaget DR Update).

6.6.1 Kryds mellem DRs tv-kanaler

For at undgå at en portefølje reelt består af separate tv-kanaler, der sender parallelt uden nogen egentlig sammenhæng, er det af betydning, at seerne, ved en udsendelses afslutning, kan skifte fra den ene kanal i porteføljen til den anden og stadig have mulighed for at følge med i en ny udsendelse. Ved at koordinere programmernes sendetider, kan også bedre sikres, at seerne bliver på en af porteføljens kanaler. Med inspiration fra Bruun (2016) benytter jeg begrebet 'kryds' til at betegne de breaks, hvor flere programmer på forskellige kanaler starter samtidigt. Bilag 10 er en oversigt over de kryds, der findes mellem kanalerne for de voksne seermålgrupper i de analyserede uger i 2005, 2010 og 2015. Af bilaget fremgår, hvilke kanaler der indgår i det enkelte kryds.

Tabel 6.1 viser de kryds, der var mellem DRs tv-kanaler i 2005. I 2005 var der blot to kanaler, der skulle koordineres, DR1 og DR2. Alligevel er det sparsomt, hvad der er af kryds med koordinerede starttider, bortset fra krydset klokken 20.00.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
kl. 18.00	X						
kl. 19.30							X
kl. 20.00	X	X	X	X	X	X	X
kl. 20.30		X					
kl. 21.00	X						
kl. 21.50				X			
kl. 22.30			X				

Tabel 6.1: Krydsende sendetider på DRs tv-kanaler i uge 40, 2005.

Hvor der mandag i uge 40 krydses både klokken 18.00, 20.00 og 21.00, er der flere af de andre dage kun et enkelt kryds ud over krydset klokken 20.00. Fredag og lørdag er endda kun krydset klokken 20.00. Denne struktur er bemærkelsesværdig, idet det fra DRs side burde være en yderst overkommelig opgave at skulle koordinere sendetiderne på to kanaler. Altså må manglen på kryds ses som udtryk for, at man fra DRs side i 2005 enten ikke har oplevet det som videre relevant, at seerne skulle have mulighed for at skifte mellem DRs to kanaler i løbet af en aften, eller at man ikke har haft tilstrækkeligt styr på sine programflader til at koordinere disse.

Tabel 6.2 viser de kryds, der var mellem DRs tv-kanaler for voksne seere i 2010. I 2010 var flere kanaler kommet til i DRs portefølje, og opgaven med at koordinere sendetiderne således mere omfattende. Af tabellen fremgår dog, at de mange nye kanaler har bevirket, at der i forhold til 2005 ses langt flere kryds i uge 46 i 2010, både i hverdagene og i weekendens programflade. Det er dog karakteristisk, at langt de fleste kryds blot er mellem to af porteføljens fire kanaler for de voksne seere (bortset fra krydset klokken 20.00)⁵⁷. Af bilag 10 fremgår, mellem hvilke kanaler de enkelte kryds forekommer. Oftest krydses mellem DR1 og DR K, flere gange mellem DR1 og DR2 og få gange mellem DR2 og DR K eller DR2 og DR HD. To gange i løbet af hverdagene (tirsdag klokken 20.30 og onsdag klokken 19.30) har seerne mulighed for at vælge mellem en ny udsendelse på tre af porteføljens kanaler, nemlig DR1, DR2 og DR K. Fredag, lørdag og søndag findes flere kryds mellem tre eller sågar alle fire voksenkanaler. Konkret drejer det sig om fredag klokken 20.50 (DR2, DR K og DR HD), lørdag klokken 18.00 (alle fire voksenkanaler), klokken 18.30 (DR1, DR2 og DR K) og klok-

⁵⁷DR Updates sendeplan indgår ikke i denne analyse, da kanalens programflade, som allerede beskrevet, bestod i korte nyhedsudsendelser, der sendte i sløjfe, og således ikke fulgte en egentlig sendeplan med fastsatte tider.

ken 19.00 (ligeledes DR1, DR2 og DR K) samt søndag klokken 18.00 (DR1, DR2, og DR K), klokken 19.00 (DR1, DR K og DR HD) og klokken 21.00 (alle fire voksenkanaler). Det hører dog til undtagelsen, at der etableres kryds mellem mere end to af kanalerne, og de kryds, der er at finde i fladen, er primært fordi sendetiderne for DR1 og DR K er koordinerede. For 2010 gælder altså, at seerne har fået flere valgmuligheder med det større antal kanaler i porteføljen, men at der især i hverdagene er en tendens til, at DR driver seks separate kanaler, hvor det er vanskeligt at skifte fra én kanal til en anden i løbet af aftenen.

I øvrigt gælder for DR1, at 2010 er det år, hvor programfladen har de mest, hvad man kunne betegne som, seervennlige sendetider, idet der i hverdagene fast starter nye programmer klokken 18.00, 18.30, 19.00, 19.30, 20.00, 21.00 og 22.00. Til sammenligning har både 2005 og 2015 flere skæve start- og sluttider, idet et nyt program eksempelvis starter klokken 19.05 eller 19.25.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
kl. 18.00	X	X		X	X	X	X
kl. 18.30	X				X	X	X
kl. 19.00	X	X			X	X	X
kl. 19.30	X	X	X	X		X	
kl. 20.00	X	X	X	X	X	X	X
kl. 20.25			X (samsending)				
kl. 20.30		X		X			
kl. 20.45	X						
kl. 20.50					X		
kl. 21.00	X		X		X		X
kl. 21.30					X		
kl. 21.35				X			
kl. 21.50	X						
kl. 22.20					X (samsending)		
kl. 23.00		X					
kl. 23.30					X		
kl. 23.40				X			

Tabel 6.2: Krydsende sendetider på DRs tv-kanaler for voksne seere i uge 46, 2010.

Tabel 6.3 viser de kryds, der var mellem DRs tv-kanaler for voksne seere i 2015. For dette år gælder, at der er stor forskel på hverdagens og weekendens programflader, når det kommer til seernes mulighed for at skifte kanal inden for DRs portefølje. Modsat strukturen i 2010 kan det overordnet siges, at der i hverdagene er flere muligheder for at skifte mellem tre til fire kanaler i løbet af aftenen, mens der fredag, lørdag og søndag aften ses færre kryds i programfladerne, ligesom det er færre kanaler, der krydses imellem i weekenden. Det bør dog bemærkes, at søndagens programflade på DR1 og DR2 er ændret som følge af terrorangrebet i Paris. Ifølge den fortrykte programplan skulle der være kryds kl. 20.00 (alle fire voksenkanaler), 21.00 (alle fire voksenkanaler), 21.40 (DR1 og DR2) og 23.30 (DR2, DR3 og DR K). Hvor det i 2010 i særdeleshed var i den tidligere aftenflade, der blev etableret kryds, fremgår af tabellen for 2015, at krydsenes struktur er forholdsvis fast, også efter klokken 20.00.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
kl. 18.00		X	X				
kl. 18.05					X		
kl. 18.30	X	X	X	X	X		X
kl. 19.00							X
kl. 19.15		X					
kl. 19.30						X	
kl. 19.55	X						
kl. 20.00	X	X	X	X	X	X	X
kl. 20.30			X	X			
kl. 20.45	X	X					
kl. 21.00			X		X	X	X
kl. 21.30	X	X	X	X			
kl. 21.40							X
kl. 22.30	X	X	X	X			

Tabel 6.3: Krydsende sendetider på DRs tv-kanaler for voksne seere i uge 46, 2015.

En tendens, der går igen både i hverdagene og i weekenden i uge 46 i 2015 (og som er at genfinde i de omkringliggende ugers sendeplaner), er, at krydsene sikrer, at seerne på porteføljekanalerne kan skifte til hovedkanalen og se en nyhedsudsendelse. Der er tale om en tendens, ikke et fast træk, idet der ses variationer fra dag til dag, men i den analyserede uge gælder, at der på minimum to af porteføljekanalerne er et break placeret ved den tidlige og/eller den sene *TV-Avis'* starttidspunkt. Omvendt betyder dette naturligvis også, at hovedkanalens seere kan fravælge nyhedsudsendelsen og skifte til en af porteføljekanalerne. Men eftersom *TV-Aviserne* hører til DRs største seermagneter (og til en af de mest omkostningstunge genrer) (DR 2015a; DR 2016a, 52) vil det nok være mest korrekt at antage, at DR ønsker at give seerne mulighed for at skifte *fra* porteføljekanalerne *til* hovedkanalen.

Ud over muligheden for at se aftenens nyhedsudsendelser på DR1 bærer krydsene karakter af, at de følger strukturen på hovedkanalen. Af afsnit 6.3.3 fremgik, at DR1 i super prime time mandag og tirsdag sender to programmer af 45 minutters varighed, onsdag tre programmer af 30 minutters varighed og torsdag et program på 30 minutter og et på en time. Af de kryds, der etableres mellem hovedkanalen og porteføljekanalerne fremgår, at denne tidsmæssige struktur går igen på en, to eller samtlige tre af porteføljekanalerne for de voksne seere. Således kan seerne eksempelvis mandag klokken 20.45 vælge mellem DR1, DR2 og DR3, tirsdag samme tid vælge mellem DR1, DR2 og DR K og onsdag klokken 21.00 vælge mellem DR1, DR3 og DR K. Når DR1 sender krimi klokken 22.30, kan seerne vælge mellem den udenlandske fiktion og DR2s signaturprogram *Deadline*, der sendes alle ugens dage klokken 22.30. DR3 og DR K har enkelte aftener i løbet af ugen også et break på dette tidspunkt, men for DR1 og DR2 ligger krydset helt fast.

Opsamlende kan det konstateres, at mens det ligger fast, at der i både 2005, 2010 og 2015 på (næsten) alle kanaler alle dage er et break klokken 20.00 (DR3 er undtagelsen fra denne tendens), har DR fra 2005 til 2015 øget antallet af kryds i hverdagene både før og efter dette centrale break. Således var der i 2015 typisk mellem fire og seks kryds i løbet af en aften, hvor seerne kunne skifte mellem (oftest) tre af porteføljens kanaler for det voksne publikum. Det hører med til forklaringen af denne udvikling, at fire kanaler giver flere muligheder for kryds, end to kanaler gør. I 2010 var der, nogle dage, flere kryds end i 2015, men disse involverede som udgangspunkt blot to af kanalerne, hvorfor min konklusion bliver, at 2015 er det år, der byder på flest kryds mellem kanalerne. Denne udvikling indikerer, at DR er blevet bedre

til – eller har fattet større interesse for – at drive en samlet kanalportefølje, og dermed har forbedret seernes valgmuligheder inden for porteføljen.

Naturligvis er det ikke tilstrækkeligt at etablere kryds, så de fremgår af en sendeplan. For at der er tale om et samlet udbud, må krydsene italesættes, så det bliver tydeligt for seerne, hvilke valgmuligheder de har på et givent tidspunkt. I afsnit 6.7 undersøger jeg, i hvilket omfang DR gennem speak, trailers eller anden form for omtale på den enkelte kanal gør opmærksom på, hvilket indhold seerne kan opleve på porteføljens andre kanaler.

6.6.2 De egenproducerede programmers placering

I kapitel 4 beskrev jeg, hvordan DRs egenproduktioner er centrale for den enkelte kanals profil. Da egenproduktionerne er produceret med blik for den pågældende kanals målgruppe, er dansksprogede og produceret i en dansk kontekst, vil de ofte være kanalernes trækplastre og derfor opnå en gunstig placering. Ifølge Henrik Birck er de egenproducerede programmer da også udgangspunktet for al programlægning (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016). Skønt kanalerne adresserer forskellige målgrupper, demonstrerede jeg i kapitel 4, hvordan der også er profilmæssige overlap. I forlængelse heraf vil jeg i dette afsnit undersøge, hvorvidt kanalernes egenproduktioner placeres, så de falder sammen, eller om kanalernes forskellige prime times bevirker, at egenproduktionerne er fordelt ud over aftenen, så flere seere kan få glæde af dem.

I 2005 forløber den tidlige aftenflade (mellem klokken 18.30 og 20) således, at DR1 sender egenproducerede programmer, mens DR2 (efter at have sendt *Deadline 17:00*) sender udenlandske dokumentarer og fiktion. Det er først fra klokken 20.00, de to kanaler begynder at have sammenfald i egenproduktionerne. Eksempelvis gælder, at når DR1 tirsdag klokken 20.00 sender *Sporløs*, viser DR2 *Viden om*, og når der på DR1 vises *Drømmehuse* torsdag klokken 20.00, sender DR2 signaturprogrammet *Debatten*. Der findes andre sammenfald i løbet af prime time, men hvor DR1 sender egenproduktioner frem til klokken 22.00 (23.30 om onsdagen), veksler DR2s flade mellem egenproduktioner og udenlandske, indkøbte programmer. Idet de to kanalers sendetider ikke i udstrakt grad er koordinerede, er der de fleste aftener dog ikke tale om, at seeren skal vælge mellem en egenproduktion på hver af DRs to kanaler, men at det i højere grad skal besluttet, hvilken kanal man ønsker at se og forblive på.

I 2010 er det, som beskrevet i afsnit 6.4 mindre klart, hvornår prime time falder på DR2, DR K og DR HD, hvis der tages udgangspunkt i placeringen af de egenproducerede programmer. På DR HD fandtes ingen egenproduktioner, mens DR Ks var placeret onsdag i tidsrummet fra omkring klokken 20 til 22. Således faldt DR Ks egenproduktioner *Kunstquiz* og *Ordkraft* sammen med DR1s *TV-Avisen*, *Magasinet Penge* og *SportNyt* onsdag i uge 46 i 2010. DR2 sendte i 2010 egenproduktioner i hverdage klokken 20.00, således at eksempelvis *Viden om* faldt sammen med DR1s visning af *Hammerslag*, og DR2s signaturprogram *Debatten* torsdag klokken 20.00 blev vist samtidig med DR1s *Sporløs* og DR Ks *Kunstnermøder*. Dermed havde seerne i 2010 forholdsvis dårlig mulighed for at se flere af egenproduktionerne på de forskellige kanaler. Man kan naturligvis sætte spørgsmålstegn ved, om de seere der vil se *Kunstquiz* også vil se *Magasinet Penge*, men muligheden er der ikke.

I 2015 er flere af porteføljekanalernes sendetider fra klokken 20.00, som tidligere beskrevet, koordinerede, så de svarer til varigheden af DR1s programmer. Mens dette giver mulighed for, at der etableres kryds mellem kanalerne, bevirker det samtidig, at der sker sammenfald mellem flere kanalers egenproduktioner. Som eksempler kan nævnes, at DR1s *Frømandskorpset*, der sendes mandag klokken 20.45, falder oveni DR2s *Indefra med Anders Agger* og DR3s *DR3 Dok: Lesbos*, mens hovedkanalens *På rejse med Riising og mor* onsdag klokken 21.00 sendes

samtidig med *Historiequizen* på DR K og *Fckr md dn hjrne* på DR3. Også uden for super prime time forekommer sammenfald mellem egenproduktionernes sendetider, som når DR Ks sene visning af kulturmagasinet *Salon K* søndag klokken 22.35 ligger oven i, at DR1 viser dokumentaren *Drømmen om Danmark* og DR2 sender *Deadline*.

Placeringen af egenproduktioner skal sikre, at disse sendes, når kanalens målgruppe har for vane at have tv'et tændt. Og skønt kanaler som DR2 og DR3 programsætter (nogle af) deres egenproduktioner sent på aftenen, mens DR1 og DR K placerer deres tidligere, er det fælles for alle kanaler målrettet de voksne seergrupper, at den største andel af seningen finder sted om aftenen fra omkring klokken 20 og et par timer frem. Derfor vil der uundgåeligt være sammenfald af de egenproducerede programmers sendetider, når fire af DRs seks kanaler er målrettet de voksne seere. At et større antal egenproduktioner falder sammen i 2015 skal ses som følge af to forhold: For det første har porteføljens kanaler fået skarpere profiler med flere egenproduktioner. Særligt udviklingen af DR K samt at DR HD er blevet erstattet af DR3, har betydning for det større antal egenproduktioner, men også DR2 sender i 2015 flere egenproduktioner i prime time end kanalen gjorde i 2005. For det andet har det betydning for sammenfaldene af egenproduktioner, at kanalernes sendetider er blevet mere koordinerede, og tilrettelagt så der er etableret flere kryds i kanalporteføljen.

Som jeg har nævnt, er det ikke nødvendigvis et problem, at DRs egenproduktioner sendes samtidigt. Kanalernes profiler er rettet mod forskellige smagspræferencer, så der kan ganske enkelt være tale om forskellige seere til de forskellige egenproduktioner. I næste afsnit undersøger jeg, hvorvidt egenproduktionerne i prime time komplementerer hinanden, eller om der genre-mæssigt er tale om sammenfald i aftenfladens slots. Ud over at belyse kanalporteføljens samspil skal undersøgelsen også læses i forlængelse af og som supplement til kapitel 5s analyser af variationen i DRs programudbud, hvor jeg påpegede, at den kvantitative opgørelsesform var mangelfuld i forhold til at afdække alsidigheden og mangfoldigheden under det overordnede programtypeniveau.

6.6.3 Komplementaritet i programfladen

Da rapporten *Danmarks Radio 1995-2005: En redegørelse om DR's idégrundlag, programpolitik og udvikling* blev forfattet i 1994, hørte det til forslagene om, hvordan den nye kanal, den der skulle blive til DR2, skulle profilere, at programlægningen på DRs to kanaler hele tiden skulle være komplementær. Dette betød, at når den ene kanal viste et underholdningsprogram, skulle den anden vise et program af oplysende karakter, og at der altid skulle være minimum ét dansk program, seerne kunne vælge (Danmarks Radio 1994, 50). Ud over at dette skulle sikre plads til smalle programmer i prime time (men kun ét smalt program: I redegørelsen angives, at to smalle programmer placeret over for hinanden vil være uacceptabelt) og være en bedre service for seerne, var det også et spørgsmål om at sikre alsidighed i fladen (Nissen 2007, 47–51; Danmarks Radio 1994, 47–50). Som beskrevet i kapitel 4 endte det med, at DR2 fik profilen *min kanal* med blandt andet ungdoms-, videnskabs- og kulturprogrammer og uden en decideret komplementærstrategi.

Med kanalporteføljens udvidelse er der i sagens natur kommet flere muligheder for at programlægge, så der sendes forskellige genrer og til forskellige målgrupper på kanalerne. Ifølge Peter Rosberg er netop komplementær programlægning et vigtigt strategisk værktøj. Som nævnt i afsnit 4.5.4 fremhæver Rosberg de uger, hvor hovedkanalen sender *X-factor*, og man på DR2 præcisionsindkøber spanske, tyske og franske film til de seere, der ikke bryder sig om det musikalske underholdningsshow (Interview med Peter Rosberg, 6/4 2016). Heraf fremgår den pointe, at det (som tidligere beskrevet) er DR1, der er førstevælgeren i programlægningen. Når der skal programlægges komplementært, er det altså ikke et spørgsmål om,

at eksempelvis DR K ønsker at sende et musikprogram: DR1s programlægning har højest prioritet, og så kan de andre kanalers programflader tilrettelægges herefter. Samtidig har porteføljekanalernes deres egne profiler at tage hensyn til, så hvor *X-factor* og europæiske film er et eksempel på komplementære programtyper, vil der andre gange være tale om, at programtyperne er identiske, mens indholdet varierer. Det kunne eksempelvis være, at DR K viser et program om klassisk musik, mens DR3 viser et om populærmusik. Som forslaget om DRs komplementære programprofil demonstrerer, vil man dog typisk skelne mellem nogle mere overordnede dimensioner end programindholdet, når det gælder komplementaritet på tværs af kanalporteføljen. Det kan være om programmerne er af dansk eller udenlandsk oprindelse, om der er tale om fakta eller fiktion, om programmerne er af overvejende underholdende eller overvejende oplysende karakter samt om programmerne sigter mod en bred eller mod en smal målgruppe (se eksempelvis Danmarks Radio 1994, 52–55).

Det er værd at holde sig for øje, at komplementaritet ikke er det samme som variation i programudbuddet. Komplementaritet er et øjebliksbillede i den forstand, at det er et spørgsmål om variation på tværs af kanalporteføljen inden for et enkelt slot. Derfor vil jeg i denne delanalyse undersøge, i hvor høj grad der kan spores en komplementaritet i prime time-programfladen hen over ugens dage. Det vil være for omfattende til dette projekt at foretage egentlige indholdsanalyser, men i forhold til kapitel 5s kvantitative oversigt, vil jeg her gå et skridt dybere og på baggrund af programgenre og oprindelsesland vurdere, om der umiddelbart kan spores en udvikling i komplementariteten i programlægningen på kanalerne i DRs portefølje fra 2005 til 2015. For at kunne foretage denne vurdering har jeg set dele af indholdet på de dvd'er med optagelser af programfladen, jeg har haft til rådighed. Eftersom der i 2005 kun var to kanaler i DRs portefølje af tv-kanaler, er det yderst overskueligt at undersøge, hvorvidt disse to kanaler er programlagt komplementært. Det er straks mere omfattende med det større antal kanaler i 2010 og 2015. Derfor giver jeg et skematisk overblik over prime times programgenrer i løbet af ugen, men nærstuderer et begrænset antal nedslag. Programmernes forskellige starttider på tværs af porteføljen, som især gjorde sig gældende i 2005 og 2010, vanskeliggør yderligere en sammenligning, men et omtrentligt indblik kan da opnås.

Figur 6.7 viser hvilke programtyper, der sendes i uge 40s prime time på de to kanaler i 2005. For de eksakte programmer henviser jeg til programplanerne i bilag 6. Som det fremgik af afsnittet om de egenproducerede programmers placering, sender DRs to kanaler i 2005 komplementært i den tidlige aftenflade frem mod klokken 20.00. Hvor DR1 sender *TV-Avisen* og derefter aktualitets- & livsstilsprogrammer, sendes på DR2 dokumentarudsendelser. I super prime time sendes også komplementært, idet DR1 mandag sender den danske fiktionsserie *Rejseholdet*, mens DR2 sender et livsstilsprogram. Og mens DR1 onsdag klokken 20.00 sender et let aktualitetsprogram og en dokumentar, sender DR2 udenlandsk fiktion og et livsstilsprogram. Der er dog også plads til det tungere indhold på DR2, der eksempelvis sender *Debatten* om torsdagen mens DR1 sender (dansk) livsstil og underholdning. Også i weekenden i 2005 ses komplementaritet i programlægningen, idet der fredag aften sendes underholdning og udenlandsk fiktion på DR1 og dokumentar, satire og talkshow på DR2. Lørdag viser DR2 dokumentar om kaskelothvaler, mens DR1 sender to film. Søndag klokken 20.00 sendes fiktion på begge kanaler, men hvor det på DR1 er egenproduktionen *Ørnen*, viser DR2 lettere, amerikansk fiktion. Alt i alt er der en forholdsvis høj grad at komplementaritet på programgenreniveau mellem de to kanaler i 2005.

	DR1	DR2
kl. 18-19 Hverdage	Børneprogram, nyheder, vejrudsigt og sport	Udenlandsk fiktion og dokumentar
Weekend	Børneprogram, nyheder, vejrudsigt og sport	Udenlandsk fiktion, dokumentar, livsstil og kultur
kl. 19-20 Hverdage	Aktualitetstalkshow, nyheder, aktualitet & debat og livsstil	Livsstil
Weekend	Børneprogram, sport, dansk og udenlandsk fiktion, dokumentar og aktualitetstalkshow	Kultur, dokumentar og livsstil
kl. 20-21 Hverdage	Dansk fiktion, dokumentar, livsstil og underholdning	Livsstil, udenlandsk fiktion, magasin og aktualitet & debat
Weekend	Underholdning og dansk fiktion	Livsstil, dokumentar og udenlandsk fiktion
kl. 21-22 Hverdage	Nyheder, magasin og sport	Dokumentar
Weekend	Nyheder, sport, underholdning samt dansk og udenlandsk fiktion	Satire, dokumentar og udenlandsk fiktion
kl. 22-23 Hverdage	Fiktion, sport og satire	Livsstil og nyheder
Weekend	Udenlandsk fiktion og dokumentar	Aktualitet & debat og dokumentar
kl. 23-24 Hverdage	Magasin, aktualitet & debat, sport og udenlandsk fiktion	Dokumentar, kultur og aktualitet & debat
Weekend	Udenlandsk fiktion og aktualitet & debat	Musik, aktualitet & debat og magasin

Figur 6.7: Prime times genrekomplementaritet på DRs tv-kanaler i uge 40, 2005.

Figur 6.8 viser hvilke programtyper, der sendes i uge 46s prime time på de fire kanaler for voksne seere i 2010. For de eksakte programmer henviser jeg til programplanerne i bilag 7. I 2010 sendte DR indhold til voksne på fire kanaler samt nyheder på DR Update. Nyhedskanalen indgår ikke i denne undersøgelse, men det er værd at holde sig for øje, at seeren, parallelt med de her nævnte tilbud, har mulighed for at følge kontinuerlige nyhedsopdateringer. To tidsrum er udvalgt til undersøgelse af komplementariteten på de fire kanaler i 2010; klokken 19-20 og 21-22. Derudover belyses lørdag og søndag aften's programflader.

Alle hverdage i uge 46 i 2010 sender DR1 *Aftenshowet* og derefter et livsstils-, fakta- eller kulturprogram mellem klokken 19 og 20. DR2 sender i dette tidsrum først udenlandsk fiktion eller dokumentar og derefter en halv time med nyheder og aktualitet fra udlandet i form af *DR2 Udland*. DR Ks tilbud hen over ugen i 2010 er noget blandet, men udgøres primært af dansk indhold (både fiktion, dokumentar og underholdning) med et enkelt musi-

	DR 1	DR2	DR HD	DR K
kl. 18-19 Hverdage	Aktualitetstalkshow og nyheder	Udenlandsk fiktion og satire	Dokumentar	Dansk fiktion, musik, dokumentar og satire
Weekend	Aktualitetstalkshow, nyheder, sport, livsstil og børneprogram	Satire, kultur og dokumentar	Dokumentar	Dansk fiktion, satire og dokumentar
kl. 19-20 Hverdage	Aktualitetstalkshow, livsstil og dokumentar	Dokumentar og aktualitet & debat	Dansk fiktion og dokumentar	Dansk fiktion, dokumentar, musik og underholdning
Weekend	Børneprogram, sport og dokumentar	Dokumentar, livsstil og aktualitet & debat	Dokumentar, livsstil og dansk fiktion	Dokumentar og underholdning
kl. 20-21 Hverdage	Dansk fiktion, livsstil samt dansk og udenlandsk dokumentar	Kultur, magasin, livsstil, satire, aktualitet & debat og udenlandsk fiktion	Dansk fiktion (samsending), udenlandsk fiktion (herunder samsending), dokumentar og satire	Dokumentar og kultur
Weekend	Underholdning og dansk fiktion	Udenlandsk fiktion, dokumentar, kultur og livsstil	Dokumentar og dansk fiktion (samsending)	Dokumentar, musik og udenlandsk fiktion
kl. 21-22 Hverdage	Nyheder, magasin og sport	Dokumentar, udenlandsk fiktion og satire	Dokumentar, udenlandsk fiktion og livsstil	Dokumentar, udenlandsk fiktion og kultur
Weekend	Nyheder, aktualitet & debat, sport og udenlandsk fiktion	Livsstil, satire og dokumentar	Livsstil og udenlandsk fiktion	Udenlandsk fiktion og kultur
kl. 22-23 Hverdage	Udenlandsk fiktion	Livsstil, satire og dokumentar	Dokumentar samt dansk og udenlandsk fiktion	Dokumentar og udenlandsk fiktion
Weekend	Udenlandsk fiktion	Dokumentar, musik og aktualitet & debat	Dokumentar, udenlandsk fiktion og satire	Dokumentar, udenlandsk fiktion og kultur
kl. 23-24 Hverdage	Dansk og udenlandsk fiktion, udenlandsk dokumentar og aktualitet & debat	Udenlandsk fiktion, dokumentar, kultur, livsstil og udenlandsk aktualitet & debat	Dokumentar	Dokumentar samt dansk og udenlandsk fiktion
Weekend	Udenlandsk fiktion	Musik, udenlandsk fiktion og aktualitet & debat	Dokumentar og udenlandsk fiktion	Dokumentar og udenlandsk fiktion

Figur 6.8: Prime times genrekomplementaritet på DRs tv-kanaler for voksne seere i uge 46, 2010.

kalsk indslag torsdag klokken 19.40-20.00. Mandag i denne uge viser DR HD et afsnit af en dansk fiktionsserie klokken 19.15-20.00, men bortset herfor er tidsrummet præget af udenlandske dokumentarer. Således sender både DR2, DR K og DR HD dokumentar i løbet af ugen i tidsrummet mellem klokken 19 og 20. En nærmere undersøgelse viser, at skønt der er gennemæssigt sammenfald kanalerne imellem, så er der umiddelbart indholdsmæssig forskel fra kanal til kanal. Når DR2 tirsdag klokken 18.40-19.30 viser *Krigere*, er der tale om en engelsk dramadokumentar om historiske slag. DR Ks danske dokumentar *Ingen slinger i valsen* tirsdag klokken 19.00-20.00 omhandler konkurrencen mellem talentfulde børnedansere, mens DR HDs *Klodens historie* klokken 19.05-20.00 er en engelsk dokumentar om jordens geologi.

Lørdag aften viser DR1 i 2010 dansk og udenlandsk fiktion, DR2 sender dokumentar om fester verden rundt i *TemaLørdag* efterfulgt af *Deadline*, DR K har italiensk fiktion og fransk dokumentar på programmet og DR HD sender først engelsk dokumentar efterfulgt af amerikansk og senere canadisk fiktion. Søndag byder DR1s programflade på DRs egen dramaserie *Borgen* efterfulgt af nyheds- og aktualitetsprogrammet *21 Søndag*, *SportNyt* og en engelsk fiktionsserie. DR2 sender en række livsstilsprogrammer om haver, madlavning, selvforsyning og musik. DR K viser en klassisk koncert, et svensk kulturmagasin og kanalens egen *Kunstquiz*, hvorefter aftenen afsluttes med tysk fiktion. På DR HD samsendes *Borgen* med DR1, hvorefter der vises amerikansk fiktion, dansk satire og udenlandske naturdokumentarer. Alt i alt demonstrerer disse nedslag, at der også i 2010 forekommer at være komplementaritet i programlægningen af kanalerne. Selvom de fire voksenkanaler alle har dokumentarer i programfladen, og disse på nogle tidspunkter sendes samtidigt, så er der indholdsmæssig variation fra kanal til kanal, så kanalerne ikke fremstår for ens profilerede eller ukoordinerede.

Figur 6.9 viser hvilke programtyper, der sendes i uge 46s prime time på de fire kanaler for voksne seere i 2015. For de eksakte programmer henviser jeg til programplanerne i bilag 8. I 2015 ligger DR1s hverdagsprogramplan helt fast, således at der mellem klokken 19 og 20 sendes vejrudsigt, aktualitetstalkshowet *Aftenshowet* samt fem minutters nyhedsresume. På DR2 vises i dette tidsrum udenlandsk og dansk dokumentar. DR3 sender amerikansk talkshow og animeret fiktion i form af *The Tonight Show med Jimmy Fallon* og *Family Guy*. Mens programtitler således strippes hen over ugen på disse tre kanaler, har DR K en mere varieret flade mellem klokken 19 og 20 i hverdagene denne uge, i hvert fald når det kommer til programtitler og oprindelsesland. Alle hverdage sender kanalen dokumentar på denne tid af aftenen, men oprindelseslandene er Danmark, USA, Tyskland og Rusland, og programmerne omhandler Berlinmurens fald, The Beatles' indtog i USA i 1960'erne, flugtforsøg over Berlinmuren⁵⁸ samt Anden Verdenskrig med russisk perspektiv. Som det også gjaldt for 2010, er der indholdsmæssig forskel på de dokumentarer, der vises på DR2 og på DR K, omend genren er den samme. De dokumentarudsendelser, der vises på DR2 uge 46 i 2015 omhandler store bygningsværker og den rigeste procent af den danske befolkning, og der er således ikke tematisk sammenfald mellem de dokumentarer, der sendes samtidigt.

Som jeg tidligere har beskrevet, er sendetiderne koordinerede for flere af kanalerne efter klokken 20 i 2015. Det betyder, for denne undersøgelse, at det er lettere at foretage en direkte sammenligning mellem de programmer, der sendes på de forskellige kanaler. Men det betyder for seerne, at der oftere skal træffes et reelt valg om, hvilken kanal der skal tændes for eller skiftes til. Uden at der her skal foretages en egentlig indholdsanalyse, fremstår det som, at der på enkelte tidspunkter ses en større grad af genremæssigt sammenfald i hverdagsaftenernes programudbud i uge 46 i 2015, end tilfældet har været for de andre tidspunkter, der her er belyst. Mandag klokken 20.45–21.30 sendes på DR1 *Frømandskorpset*, som kan betegnes som en dokumentarserie. På DR2 vises samtidigt *Indefra med Anders Agger*, ligeledes en dokumentarserie, der denne mandag omhandler livet på Institut for Retsmedicin på Aarhus Universitet. DR3 sender *DR3 Dok: Lesbos*, en egenproduceret dokumentar om flygtningesituationen på den græske ø Lesbos. Kun DR K sender udenlandsk fiktion på dette tidspunkt, idet man, som tidligere nævnt, fejrer årsdagen for Berlinmurens fald⁵⁹. På tre af DRs kanaler rettet mod de voksne seere sendes altså programmer, i nøjagtigt samme tidsrum, hvis genrer er beslægtede og hvis indhold hører til i den alvorligere afdeling (soldaters mission i Adenbugten,

⁵⁸Når der to aftener i løbet af ugen sendes dokumentar om Berlinmurens fald, skyldes det, at det mandag d. 9/11 2015 var 26 år siden, at grænseovergangene mellem Øst- og Vestberlin blev åbnet.

⁵⁹En sammenligning med mandagens programflade i ugerne 44, 45, 47 og 48 i 2015 viser, at der i dette slot på DR K sendes forskellige programtyper. I uge 44 vises klassisk koncert, i uge 45 og 47 vises historiske dokumentarudsendelser (henholdsvis tysk og engelsk) og i uge 48 vises amerikansk fiktion.

obduktion og flygtningekrise).

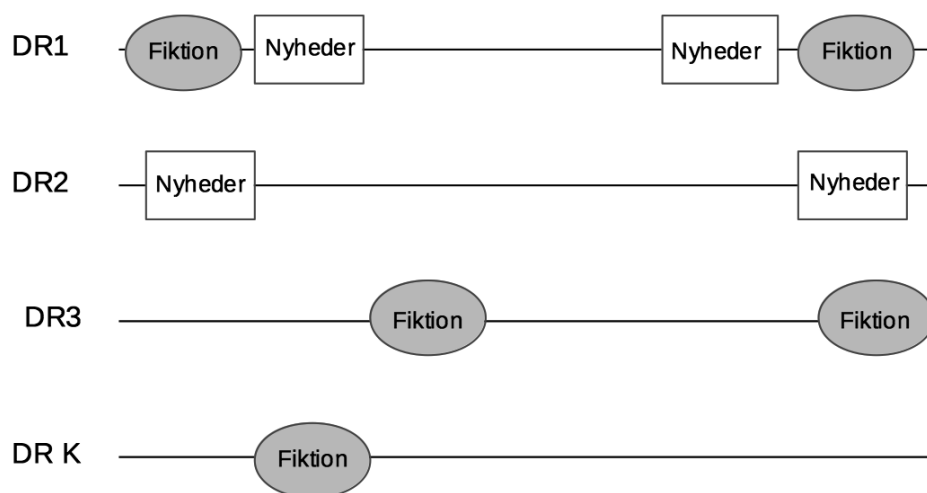
	DR1	DR2	DR3	DR K
kl. 18-19 Hverdage	Livsstil, nyheder og vejrudsigt	Aktualitet & debat og dokumentar	Oplysning & kultur, dokumentar og satire	Dokumentar og dansk fiktion
Weekend	Livsstil, nyheder og sport	Satire, nyheder og dokumentar	Oplysning & kultur, udenlandsk fiktion og underholdning	Dokumentar, dansk fiktion og underholdning
kl. 19-20 Hverdage	Aktualitetstalkershow og nyheder	Dokumentar	Udenlandsk fiktion	Dokumentar og musik
Weekend	Børneprogram og dokumentar	Dokumentar og udenlandsk fiktion	Satire, dansk og udenlandsk fiktion, dokumentar og underholdning	Dansk fiktion, kultur og musik
kl. 20-21 Hverdage	Livsstil og dokumentar	Dokumentar, udenlandsk fiktion og aktualitet & debat	Dokumentar, musik og udenlandsk fiktion	Kultur, dokumentar, udenlandsk fiktion og satire
Weekend	Underholdning og dansk fiktion	Udenlandsk fiktion, dokumentar og kultur	Dokumentar og udenlandsk fiktion	Dansk og udenlandsk fiktion samt musik
kl. 21-22 Hverdage	Livsstil og dokumentar	Dokumentar, udenlandsk fiktion og aktualitet & debat	Dokumentar, musik, oplysning & kultur, satire og magasin	Udenlandsk fiktion, kultur og dokumentar
Weekend	Nyheder, vejrudsigt og udenlandsk fiktion	Udenlandsk fiktion, aktualitet & debat, dokumentar og livsstil	Udenlandsk fiktion og underholdning	Udenlandsk fiktion og dokumentar
kl. 22-23 Hverdage	Magasin, sport og udenlandsk fiktion	Dokumentar, satire, udenlandsk fiktion og aktualitet & debat	Udenlandsk fiktion, musik og oplysning & kultur	Kultur, udenlandsk fiktion og dokumentar
Weekend	Udenlandsk fiktion og dokumentar	Aktualitet & debat og dokumentar	Udenlandsk fiktion og underholdning	Udenlandsk fiktion, dokumentar og kultur
kl. 23-24 Hverdage	Udenlandsk fiktion	Aktualitet & debat og dokumentar	Udenlandsk fiktion, musik og oplysning & kultur	Dokumentar, kultur og udenlandsk fiktion
Weekend	Udenlandsk fiktion	Aktualitet & debat, kultur og dokumentar	Udenlandsk fiktion og musik	Udenlandsk fiktion, dokumentar og kultur

Figur 6.9: Prime times genrekomplementaritet på DRs tv-kanaler for voksne seere i uge 46, 2015.

Senere på aftenen byder porteføljen på en større indholdsmæssig spredning, omend både DR2, DR3 og DR K sender flere dokumentarprogrammer (dog med større indholdsmæssig variation), mens DR1 sender *TV-Avisen*. Det skal dog understreges, at det ikke er alle hverdage, hvor der genremæssigt ses så stort et sammenfald i programtyperne for DRs tv-kanaler. Onsdag i tidsrummet mellem 21 og 22 viser DR1 det underholdende livsstilsprogram *På rejse med Riising og mor* samt en *TV-Avis*, DR2 viser den amerikanske fiktionsserie *Homeland*, DR3 viser to danske videnskabelige programmer om henholdsvis hypnose og euforiserende stoffer, mens DR K sender *Historiequizen* og et dokumentaristisk program om 1970'erne, hvor kendte danskere mindes deres ungdom. Torsdag viser DR1 dokumentar om flygtningekrisen, DR2 sender det debatterende faktatjekprogram *Detektor* og det satiriske *Quizzen med Signe Molde*, DR3 byder på det lette og underholdnede debatprogram *På grænsen* og en videnskabeligt betonet udsendelse om kærestesorg, mens DR K sender et filmmagasin og rumænsk fiktion.

I weekenden sendes primært fiktion og dokumentarer, men sendetidspunkt og indholdsmæssig tyngde varierer, så det fremstår som, at komplementaritet er tænkt ind i programplanerne: Lørdag sendes familieunderholdning og engelsk fiktion på hovedkanalen. DR2 byder på tema med dansk og udenlandsk dokumentar. DR3 viser først amerikansk fiktion, efterfulgt af et egenproduceret musikalsk underholdningsshow. På DR K sendes amerikansk fiktion og underholdende engelsk dokumentar. Søndag viser DR1, som i både 2005 og 2010, egenproduceret drama efterfulgt af *21 Søndag* og en sportsudsendelse. Herefter vises en dansk dokumentar om flygtningekrisen. DR2 sender denne aften en blanding af et kulturprogram, aktualitet & debat⁶⁰ og et livsstilsprogram. DR3 viser først udenlandsk dokumentar og derefter to gange amerikansk fiktionsserie. På DR K vises et program om klassisk musik og den danskproducerede dokumentarfilm *The Act of Killing*. Bortset fra et enkelt slot mandag er der altså, også for den belyste uge i 2015, ganske stor variation i programfladerne på tværs af DRs kanaler, både genre- og indholdsmæssigt.

Det større antal kanaler har den fordel for DR, at det giver mulighed for at programlægge komplementært. Herigennem kan institutionen ikke blot dække forskellige programtyper og dermed sikre, at man lever op til sine public service-forpligtelser, også seernes horisontale valgmuligheder styrkes. Grundlæggende giver den komplementære programlægning på tværs af porteføljen seerne to strategier for tv-seningen. Den første strategi er, at man som seer kan vælge mellem forskellige programtyper, så hvis man ikke vil se nyheder, kan man se eksempelvis fiktion eller dokumentar. Når det forekommer, at flere eller alle kanaler sender samme programtype, er der - som jeg har demonstreret - indholdsmæssig forskel. Den anden strategi består i, at man som seer kan 'forfølge' en bestemt programtype på tværs af porteføljen ved at zigzagge mellem kanalerne. Figur 6.10 illustrerer seernes muligheder inden for nyheds- og fiktionsgenrerne på en typisk hverdagsaften i 2015.



Figur 6.10: Seerens valgmuligheder inden for nyheds- og fiktionsgenren på tværs af kanalporteføljen.

⁶⁰Der skulle være sendt endnu et debatprogram om EU-retsforbeholdet, men dette er aflyst grundet terrorangrebet i Frankrig, og erstattet af en genudsendelse af mandagens *Indefra med Anders Agger*.

Interesserer man sig for nyheder, kan man i 2015 følge med i *DR2 Dagen* fra klokken 17.00 til 18.30, hvorefter man kan skifte til DR1 og se *TV-Avisen*. Og når DR1s nyhedstime mellem 21.30 og 22.30 er slut, kan seeren skifte til DR2 og se *Deadline*. Tilsvarende gælder for fiktionsområdet. Eksempelvis gælder for lørdag i uge 46 i 2015, at DR3 sender fiktion fra klokken 19.15 til 21.00, mens DR K sender fiktion klokken 20.00 til 22.25, og DR1 viser fiktion mellem 21.05 og 21.55. Søndag afløser kanalerne hinanden med fiktion, idet DR2 viser en episode i en fiktionsserie klokken 19 til 20, DR1 gør tilsvarende klokken 20 til 21, og DR3 sender to serier fra klokken 21 til 23.30. Da både nyheder og fiktion er programgenrer, hvor DR konkurrerer med andre aktører (TV 2 på nyhedsområdet og både andre tv-kanaler og diverse streaming-tjenester på fiktionsområdet), er det en konkurrencemæssig styrke for institutionen at råde over et større antal kanaler, der kan sende komplementært, samtidig med at de flere kanaler giver rum for, at det alsidige og mangfoldige udbud sikres.

6.7 Programhenvisninger: Hvor føres seerne hen?

Når et program slutter, er en tv-station i sagens natur interesseret i at fastholde seerne enten på kanalen eller inden for porteføljen frem for at afgive seere til konkurrerende kanaler. Det vigtigste redskab til at fastholde seerne er at præsentere, og vække deres interesse for, de programmer, der efterfølgende sendes på kanalen og på de andre kanaler i porteføljen. Nedfældede programplaner har naturligvis indflydelse på, hvilke programmer seeren er opmærksom på sendes og udvælger at se, men at kunne præsentere seerne for et veltilrettelagt 'her og nu'- eller 'der og nu'-tilbud er af stor betydning. Som jeg allerede har beskrevet, er det en underliggende forudsætning, at der er tidspunkter, hvor det er muligt at skifte kanal, så det passer med programmernes sendetider. Hvad jeg her interesserer mig for, er omfanget af og måderne hvorpå seerne på DRs kanaler gøres bevidste om deres valgmuligheder i programmellemrummene. Programpræsentationer kan ske gennem eksempelvis en kanalværtens annoncering (speak), programværtens annoncering (dette vil sjældnere være tilfældet), trailers og *line-ups*, altså grafiske opstillinger af programplaner, hvor de kommende programmers sendetider fremgår af skærmen, eventuelt støttet af speak.

Det materiale, der skal analyseres i dette afsnit, er, som udgangspunkt, de trailers og programomtaler, der er sendt i programmellemrummet klokken 20.00 alle dage i henholdsvis uge 40 i 2005 samt uge 46 i 2010 og i 2015. Programmellemrummet klokken 20.00 er valgt, eftersom det er karakteristisk for kanalporteføljen, som beskrevet tidligere i dette kapitel, at der er et break på alle eller de fleste af kanalerne på dette tidspunkt. Der vil derfor på dette tidspunkt være rig mulighed for seerne for at skifte kanal, og det skal derfor undersøges, om DR vælger at gøre opmærksom på de øvrige kanalers tilbud på dette tidspunkt. Dog forholder det sig sådan, ifølge planredaktionschef Henrik Birck, at:

"Klokken otte giver krydsene ikke særlig meget, for når folk kommer ind på DR1 klokken otte, så kommer de ind for at se det, der kommer klokken otte. Vi krydser også klokken otte, men det giver ikke særlig meget effekt. Men det der kommer efter er rigtig vigtigt" (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016).

Derfor foretager jeg enkelte af ugens dage en analyse af krydset efter det program, der er sendt klokken 20.00, for på den måde at kunne foretage en sammenligning og belyse, hvorvidt der er forskel på de programhenvisninger, der sendes klokken 20.00, og dem der sendes, når klokken 20-udsendelsen er slut. Som det også har været tilfældet i kapitlets hidtidige analyser, vil dette afsnits primære fokus være DRs kanaler henvendt til de voksne seermålgrupper. Børnekanalerne vil blive behandlet i mindre omfang, idet de helt naturligt spiller

en mindre rolle i krydshenvisningerne som følge af andre målgrupper, sendetider og prime times. Afsnittets analytiske tilgang er lånt fra Bruun (2016), men med enkelte tilføjelser, der er relevante for hensigten med dette projekts undersøgelser.

I sin analyse af programmellrummene på DRs og TV 2 Danmarks kanaler opdeler Bruun (ibid., 41) de viste trailers⁶¹ på DR1 og TV 2 i seks forskellige kategorier, der også vil blive gjort brug af her, men tilpasset mit projekt. De kategorier, som programhenvisningselementerne vil blive kategoriseret som, er følgende:

- Her og nu: på denne kanal nu eller lige om lidt,
- Her og snart: på denne kanal umiddelbart efter det følgende program/lidt senere på aftenen,
- Her og i fremtiden: på denne kanal senere på ugen eller på sæsonen,
- Der og nu: på en porteføljekanal nu eller lige om lidt,
- Der og snart: på en porteføljekanal umiddelbart efter det følgende program/lidt senere på aftenen,
- Der og i fremtiden: på en porteføljekanal senere på ugen eller på sæsonen.

Hertil kommer kategorierne:

- *Line-up* (hvad Stigel (2004, 25) betegner som programoversigt): en grafisk opstilling af sendetiderne for de følgende programmer,
- Anden platform: henvisning til DRs radiokanaler, hjemmeside, streaming-tjenesten DR TV eller Koncerthuset,
- Kampagne/ident/andet: dette kan eksempelvis være en licenskampagnefilm eller en trailer, der på mere generelt plan *brander* en kanal eller DR.

I nedenstående analyse er medtaget oversigterne for DR1 klokken 20.00. Oversigterne for samtlige kanaler alle år findes i bilag 11.

Som det fremgik af det indledende teoretiske afsnit om programmellrummene, er det både et spørgsmål om at informere om tid og sted, og om at brande et program, en kanal eller institutionen i al almindelighed, når der vises trailers eller på anden vis laves egenreklame (jf. Stigel 2004; Bruun 2016). Det, jeg her lægger vægt på, er tid og sted-dimensionen, mens branding kun vil indgå sekundært. Årsagen er, at der kan indgå talrige elementer i en analyse af programmellrum, trailers og programomtaler, såsom brugen af logoer, tiltale af seerne og grafisk udtryk. I denne analyse er min interesse at belyse omfanget af og måden hvorpå der laves programhenvisninger til den enkelte kanal og til de resterende kanaler i porteføljen for at afklare, i hvilken grad kanalerne drives som en samlet portefølje.

6.7.1 Programhenvisninger klokken 20.00 på DR1

Som det fremgår af figur 6.11, indgår der i hverdagene i uge 40 i 2005 mellem syv og ti elementer i programmellrummet lige før klokken 20-udsendelsen påbegyndes. Om fredagen sendes ni elementer, lørdag er antallet fire, mens der om søndagen denne uge kun bliver plads til et kort speak om de kommende to programmer ved kanalværtten, mens der vises et ident. I oversigten angiver tallene i parentes, hvilket nummer i rækken af programhenvisninger det enkelte element indtager. '0' betyder, at der er tale om speak inden den igangværende udsendelse er slut, mens 'gentagelse' refererer til, at der henvises til samme program som det ovenstående – typisk tager dette form af først "Om lidt viser vi..." og dernæst "Nu viser vi...".

⁶¹Hvor Stigel (2004) skelner mellem forskellige former for programomtaler, benævner Bruun (2016) dem alle som trailers. Da det ikke er en ambition med dette projekt at foretage en detaljeret analyse af de mange elementer i programmellrummene, vil jeg her, som Bruun, gøre brug af den samlede betegnelse 'trailers'.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Fiktion (1) Fiktion, gentagelse (10)	Opl. & kultur (2) Opl. & kultur, gentagelse (7)	Opl. & kultur/ Akt. & debat (1) Gentagelse (7)	Opl. & kultur (1) Gentagelse (7)	Underholdning (9)	Fiktion (0), Gentagelse (4) begge er kun speak	Fiktion (0 – speak samtidig med ident)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Fiktion (titel og klokkeslæt nævnes) (9)	Opl. & kultur (1)	Dokumentar (2)	Underholdning (6)	Fiktion (8)		Opl. & kultur (0)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Underholdning (2) Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4), Fiktion (6)	Dokumentar (3) Opl. & kultur (5)	Fiktion (4) Opl. & kultur/ Akt. & debat (5)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3), Fiktion (x3) (4)	Fiktion (1) ("Ny dag, ny tid"), Fiktion (2), Fiktion (5)	Underholdning (0), Fiktion (2)	
Der og nu	Opl. & kultur (8)	Opl. & kultur (6)	Fiktion (6)	Akt. & debat (5)	Dokumentar (6)	Dokumentar (3)	
Der og snart		Opl. & kultur/ Akt. & debat (4)			Akt. & debat (7)		
Der og i fremtiden	Fiktion (5)				Dokumentar (3)		
Anden platform			Akt. & debat på P1 (3)			Akt. & debat på P1 (1)	
Kampagne/ident/andet	Licens-kampagne (7)				Ident (4)		Ident (0 – vises under speak)

Figur 6.11: Programhenvisninger på DR1 klokken 20 i uge 40, 2005.

Generelt gælder for denne uge, at hovedvægten af elementerne er inden for kategorien 'her og i fremtiden', altså hvad der sendes på DR1 enten senere på ugen eller senere på sæsonen (der er mellem to og fire elementer i denne kategori dagligt). Af de trailers og omtaler, der ikke vedrører hovedkanalen, er der afgjort flest, der er knyttet til porteføljens eneste anden tv-kanal, DR2. Alle dage bortset fra søndag (hvor der altså heller ikke sendes trailers for DR1-programmer) henvises til 'der og nu' i form af hvilket program, der skal til at starte på DR2. Mandag, tirsdag og fredag er i øvrigt henvisning til, hvad der sendes senere på aftenen eller senere på ugen på DR2. To gange i løbet af ugen (onsdag og lørdag) sendes en trailer for et program på DRs radiokanal P1. Traileren får en god placering som henholdsvis nummer tre og nummer et i rækkefølgen af de viste trailers og programomtaler. Mandag vises en licenskampagnefilm, mens der både fredag og søndag indgår et ident under kanalværtens speak. I 2005 er der således en høj grad af udkig til DRs andre tilbud; primært til den eneste anden tv-kanal, men også til en af medieinstitutionens radiokanaler.

Figur 6.12 viser programhenvisningerne på DR1 klokken 20 i 2010.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - ligeom lidt	Fiktion (0) Fiktion (2)	Opl. & kultur (0 – speak)	Dokumentar (1) Gentagelse (5)	Opl. & kultur (0), Gentagelse (speak) (5)	Underholdning (0b)	Fiktion (1), Gentagelse (8)	Fiktion (1)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Opl. & kultur (3), Nyheder (9)	Opl. & kultur (1)	Nyheder (v. værten) (2)	Nyheder (v. værten) (2), Dokumentar (4)	Nyheder (v. værten) (1)	Fiktion (2)	Nyheder (5)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (1), Fiktion (4), Underholdning (5)		Dokumentar (3) (inkl. line-up der angiver, at uds. kommer efter ”Spørløs” – gårigen i speak).		Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (4), Opl. & kultur (5), Underholdning (6)	Opl. & kultur (3), Dokumentar (4)
Der og nu			Opl. & kultur på DR2 (4)		Fiktion på Ramasjang (0a)		
Der og snart							
Der og i fremtiden	Opl. & kultur, DR2 (6), Opl. & kultur, DR2 (+ HD) (7)				Opl. & kultur på DR2 (5)	Opl. & kultur på DR2 (7)	Fiktion på DR HD (5)
Line-up	Opl. & kultur på DR2, fiktion på Ramasjang + Opl. & kultur på DR K – ’lige nu’ (8)	Dokumentar på DR2, Opl. & kultur på DR K + Fiktion på HD – ’lige nu’ (2) For DR1: NU, kl. 20.30 og 21.00 (Kontant kl. 21.25 nævnes i speaket) (4)		Debat på DR2, Opl. & kultur på DR K + Dokumentar på DR HD ’lige nu’ (3)	Fiktion på DR2, Opl. & kultur på DR K og Dokumentar på DR HD ’ligenu’ (6)		Opl. & kultur DR2, Fiktion Ramasjang og Musik DR K – ’lige nu’ (6)
Anden platform		P2 (3)					
Kampagne/ident/andet				Generel reklame for DR1 som hjemsted for store oplevelser (1). Aftenshowet ”Alle hverdage” på DR1 (4)	Bømenes U-lands-kalender på DR1 (2) Aftenshowet ”Alle hverdage” på DR1 (4)	Generel reklame for DR1 som hjemsted for store oplevelser (2) Aftenshowet ”Alle hverdage” på DR1 (4)	Generel reklame for DR1 som hjemsted for store oplevelser (2)

Figur 6.12: Programhenvisninger på DR1 klokken 20 i uge 46, 2010.

I 2010 har hovedkanalen reelt fem porteføljekanaler at henvise til, men der henvises ikke til DR Update på noget tidspunkt før klokken 20-programmet i løbet af uge 46 i 2010. Omtale af hovedkanalens egne programmer dominerer stadig programmellemrummene, men porteføljekanalerne opnår hyppig omtale, idet der næsten hver dag laves et *line up* ledsaget af kanalværtens speak, der præsenterer, hvad der sendes 'der og nu' på tre af porteføljekanalerne. Det skal bemærkes, at når der i skemaerne indgår de to kategorier 'der og nu' og 'line-up', så er det for at foretage en skelnen mellem de mere udførlige trailers, der sendes for et program (der og nu-kategorien) og så de hurtigere programpræsentationer, der indgår i line-ups'ne. Som det fremgår af figur 6.12, findes der de fleste dage et line-up som et af de afsluttende elementer i programmellemrummet – kun onsdag og lørdag er undtagelser for denne regel. En enkelt gang (tirsdag) anvendes line-up-opstillingen i præsentationen af DR1s egne programmer, ellers benyttes disse til henvisninger til porteføljekanalerne.

Som det ligeledes fremgår af oversigten, gøres nu i udpræget grad brug af speak under det foregående programs rulletekster (angivet som nummer 0 i nummereringen af elementer), hvilket blandt andre Johnson (2013b) og Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2014) har beskrevet som et karakteristisk træk for den øgede konkurrences indflydelse på programlægningen af tv-kanaler. Det kan udledes af programomtalerens placering, at fredag, lørdag og søndag er weekenddage, og altså i højere grad end hverdagene er målrettet familiepublikummet, idet der disse dage omtales programmer for børn. Fredag henvises til en film på DR Ramasjang under rulleteksterne til børneprogrammet *Disney Sjov*, og som det andet element i dette mellemrums programomtaler sendes en trailer for den julekalender for børn, der vises på DR1 i december. Lørdag sendes en trailer for programmet *Nørd på eventyr i Papua*, og speakeren understreger, at det er en udsendelse for hele familien. Søndag henvises til en film på DR Ramasjang som en del af line-up'et. Det er eneste gang, bortset fra mandag, hvor der henvises til børnekanalen som en del af line-up'et klokken 20.00. En enkelt gang i løbet af ugen sendes en trailer for radiokanalen P2, og fire indslag har karakter af mere generel branding af DRs tilbud.

Figur 6.13 viser hvilke programhenvisninger, der er sendt på DR1 klokken 20 i uge 46 i 2015. Skønt DR1 i 2015 har tre voksenkanaler samt to børnekanaler at kunne henvise til, er brugen af line-ups stort set fraværende i den analyserede uge dette år. De to line-ups der indgår, er for DR1s egne programmer i løbet af samme aften (onsdag og lørdag), og lørdagens line-up har karakter af at være en nødvendig oversigt som følge af den ændrede programflade med en ekstra *TV-Avis*, der dækker terrorangrebet i Paris. Porteføljekanalerne får dog en høj grad af omtale på hovedkanalen, idet der hver dag præsenteres, hvad der sendes på gerne tre af kanalerne. Kun onsdag præsenteres kun hvad der sendes 'der og nu' på DR2, men her sendes til gengæld en trailer for et program, der kommer 'der og snart' på DR K. Alle dage, bortset fra onsdag og søndag, sendes desuden trailers for programmer, der sendes 'der og i fremtiden' på porteføljekanalerne. Således gælder, at mens der typisk sendes to-tre trailers for DR1s egne tilbud, sendes fire indslag omhandlende porteføljekanalernes programmer. Fordelingen mellem porteføljekanalerne lyder, at der er flest henvisninger til DR3 med i alt otte trailers, dernæst kommer DR K med syv indslag, DR2 omtales mandag-lørdag med i alt seks elementer, mens der henvises til kanalen DR Ultra fire gange torsdag-søndag. Der henvises ikke til DR Ramasjang, men dette bør ses i lyset af, at kanalen for de yngste børn ophører med at sende klokken 20.00, og der i øvrigt er begrænset målgruppemæssigt overlap mellem DR1 og DR Ramasjang.

For første gang i undersøgelsen er der en henvisning til en online-platform, idet der fredag henvises til DR Ultras web-univers. I øvrigt sendes torsdag en trailer for DRs koncerthus og lørdag for radiokanalen P2. For 2015 gælder således, at der to dage omtales fire ud af de fem porteføljekanaler. Fire dage henvises til tre af kanalerne, mens det kun er en enkelt dag,

onsdag, der blot henvises til to af porteføljekanalerne. Der er altså generelt en høj grad af udkig fra hovedkanalen til porteføljekanalerne i 2015.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (1) Gentagelse (8)	Opl. & kultur (reality) (1), Gentagelse (8)	Opl. & kultur (0-1; speak begynder under rulletekst og fortsætter i trailer.) I speak gentages hvilket program der NU starter (6)	Opl. & kultur (0-1; speak begynder under rulletekst og fortsætter i trailer.) I speak gentages hvilket program der NU starter (9)	Underholdning (0b) I speak gentages hvilket program der NU starter mens intro går i gang (6)	Underholdning (0a – live speak under rulletekst) I speak gentages hvilket program der NU starter (9)	Fiktion (0) I speak gentages hvilket program der NU starter (5)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Nyheder + Akt. & debat (0), Opl. & kultur (2)	Nyheder + Akt. & debat (0), Opl. & kultur (2)		Dokumentar (2)		Fiktion (0b)	Nyheder (4)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (7)	Opl. & kultur (7)		Underholdning (8)	Underholdning (2), Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (7)	
Der og nu	Fiktion på DR K (3), Dokumentar på DR2 (4)	Opl. & kultur på DR K (3), Underholdning på DR3 (4), Dokumentar på DR2 (5)	Fiktion på DR2 (4)	Debat på DR2 (3), Opl. & kultur på DR K (4), Fiktion på DR Ultra (5)	Fiktion på DR Ultra (0a), Fiktion på DR2 (5)	Fiktion på DR Ultra (2), Dokumentar på DR2 (3), Fiktion på DR3 (4)	Fiktion på DR Ultra (1), Dokumentar på DR3 (2), Opl. & kultur på DR K (3)
Der og snart			Opl. & kultur på DR K (5)				
Der og i fremtiden	Opl. & kultur på DR K (5), Opl. & kultur (tema på DR3) (6)	Opl. & kultur (tema på DR3) (6)		Underholdning på DR3 (6)	Underholdning på DR3 (4)	Opl. & kultur på DR K (6)	
Line-up			DR1 'om lidt', kl. 20.30 og 21.00 (1, 2 og 3)			DR1 kl. 21.05, 21.55 og 22.20 (1)	
Anden platform				Reklame for koncerter i DRs koncerthus (7)	Dr.dk/ultra med interaktiv historie om flygtningesituationen (1)	Radio-kanalen P2 (8)	
Kampagne/ident/andet						Tema på DR3 denne uge (5)	

Figur 6.13: Programhenvisninger på DR1 klokken 20 i uge 46, 2015.

Opsamlende kan det konstateres, at der alle år er blevet henvist til, hvad der sendes 'nu' og 'i fremtiden' på hovedkanalen selv og på porteføljekanalerne, men at der i takt med kanalporteføljens udvidelse og skarpere profilering er kommet flere elementer, der omhandler porteføljekanalerne. Sammenlignes kategorien 'her og i fremtiden' for DR1 i 2005 med samme kategori i 2015, ses, at hvor der tidligere, de fleste dage, var to til fire elementer tilhørende denne type, var der i 2015 nul eller et enkelt indslag - kun fredag sendes to trailers der vedrører, hvilke programmer der vil blive sendt på hovedkanalen i løbet af ugen. Altså er der kommet mere udsyn til porteføljekanalerne og mindre til hovedkanalen selv.

Ét er antallet af henvisninger i programmellemrummene, noget andet er varigheden af disse. Det ville være nærliggende at antage, at programmellemrummene er blevet længere i takt med, at der er kommet flere kanaler at henvise til, men opgørelsen i tabel 6.4 viser, at dette ikke er tilfældet.

	Tirsdag	Torsdag
2005	1 minut og 55 sekunder	2 minutter og 20 sekunder
2010	1 minut og 35 sekunder	1 minut og 55 sekunder
2015	2 minutter og 10 sekunder	2 minutter og 45 sekunder

Tabel 6.4: Varighed af programmellemrummene klokken 20 på DR1 i 2005, 2010 og 2015.

Når programmellemrummene i 2010 er blandt de korteste, skønt porteføljen var udvidet i forhold til 2005, så er en del af forklaringen, at de line-ups, der i udpræget grad blev gjort brug af i 2010, er af kortere varighed end når der i 2005 og 2015 sendes trailers. Samtidig har det naturligvis også betydning, at der i 2005 indgik mellem syv og ti elementer i programmellemrummene, mens der i 2010 blev sendt mellem fire og otte indslag og i 2015 mellem seks og ni.

6.7.2 Programhenvisninger klokken 20.00 på porteføljekanalerne

For programhenvisningerne på porteføljekanalerne gælder generelt, at kanalerne primært henviser til deres egne programmer. I 2005 var DR2 den eneste anden kanal end DR1 i porteføljen, men hvor DR1 henviser til DR2, gør dette sig ikke gældende den anden vej. Omfanget af henvisninger på DR2 er mindre end det, der ses på DR1 (to til seks daglige henvisninger på DR2 mod DR1s fire til ti i løbet af ugen), og der er en forholdsvis ligelig fordeling mellem henvisninger til 'her og nu', 'her og snart' eller 'her og i fremtiden'. I 2010 er der stadig henvisninger til DR2s egne udsendelser, men line-ups med omtale af programmer på DR1, DR K og DR HD sendes nu alle ugens dage. I 2015 er DR2s henvisningspraksis svarende til den i 2005, idet der kun sendes henvisninger til DR2s egne udsendelser.

Tilsvarende gør sig gældende for de øvrige porteføljekanaler, idet der heller ikke på disse findes en udpræget praksis for at henvise til andre kanaler – hverken til hovedkanalen eller til de andre porteføljekanaler. For DR K gælder, at der i 2010 indgik mellem to og fire elementer i kanalens programmellemrum, herunder et line-up for aftenens udsendelser, mens der i 2015 indgik mellem tre og seks. Begge år var der udelukkende tale om henvisninger til kanalens egen flade. Samme tendens tegner sig for DR HD, der i uge 46 i 2010 før klokken 20.00-programmet sendte mellem to og fem programhenvisningselementer, alle for kanalens egne udsendelser. Dog nævnes mandag og onsdag, at en udsendelse samsendes med en anden kanal (DR1 og DR2). Som det også gjaldt for DR2 og DR K, inkluderer DR HDs programhenvisninger line-ups.

Også for DR3 gælder, at henvisningerne primært er til kanalens egne udsendelser. Her gør en enkelt undtagelse sig dog gældende, idet der søndag henvises til DR1. Årsagen til dette er, at DR3 i tidsrummet 19–20 har vist sidste uges afsnit af dramaserien *Broen*, og klokken 20.00 sendes denne uges afsnit på hovedkanalen. Derfor oplyses i et speak under programmets rulletekster, at seeren nu kan skifte over til DR1 for at se det nye afsnit. Bortset fra denne selvfølgelig udnyttelse af porteføljen henvises ikke til andre kanaler fra DR3 i løbet af ugen.

En enkelt gang, tirsdag, henvises fra DR3 til DRs streaming-plattform DR TV, hvor alle afsnit af en specifik dokumentarserie kan ses ”Når du vil – hvor du vil”. Denne henvisning er eneste gang i løbet af uge 46 i 2015, at der fra en af DRs lineære kanaler rettet mod de voksne seere henvises til DR TV⁶². I uge 46 i 2010 forekom to henvisninger til andre platforme, idet DR2 henviser seerne til at kontakte *DR2 Udland*-redaktionen på Facebook, mens DR HD henviser til en websiden tilknyttet dramaserien *Borgen*. Der er altså tale om et yderst begrænset udblik til resten af DRs tilbud fra porteføljekanalerne i både 2010 og 2015. I 2005 forekommer sådanne henvisninger slet ikke på DR2. Og hvor DR1s seere i 2015 enten skal forblive på hovedkanalen eller sendes ud på porteføljekanalerne, skal seere af DR2, DR K og DR3 holdes på den kanal, de allerede er på⁶³.

6.7.3 Programhenvisninger på DRs børnekanaler

Som udgangspunkt for analysen af programmellemmrummene på DRs børnekanaler har jeg valgt den tid på eftermiddagen/aftenen, hvor der sendes egenproduktioner og — når det er aktuelt — live-programmer eller udsendelser der simulerer live-formatet. I 2010 dækker disse kriterier *Ramasjang live* klokken 17.00 mandag–fredag på DR Ramasjang, og i 2015 *Ultra nyt* klokken 18.00 mandag–torsdag på DR Ultra. På DR Ramasjang i 2015 er valgt programmellemmrummet lige op til, at der klokken 17.00 mandag–fredag sendes *Hej Ramasjang*. Denne udsendelse er ikke live, men den danner en form for *lead-off* til, at der herefter sendes egenproduktioner. For børnekanalerne begge år har jeg undersøgt andre programmellemmrum, herunder programmellemmrummet klokken 20.00 på DR Ultra. Der blev ikke fundet nogen signifikant forskel på disse programmellemmrum, hvorfor jeg holder fast i udgangspunktet klokken 17.00 på DR Ramasjang og 18.00 på DR Ultra. Et vigtigt fund, der bør understreges, er dog, at det ikke er konsekvent, hvorvidt der vises trailers eller omtales programmer på det valgte tidspunkt. Hvor der nogle dage blev sendt trailers for kommende programmer klokken 17.00, men ikke nogle klokken 17.30, var det andre dage omvendt på kanalen for (de yngste) børn.

Et gennemgående træk for børnekanalernes programmellemmrum i både 2010 og i 2015 er brugen af identer. Programmellemmrum afsluttes på DR Ramasjang i 2010 med et ident, tilsvarende kan ses på DR Ultra i 2015, mens DR Ramasjang i 2015 benytter identer som ramme om trailers og programomtaler. Således markerer identerne overgangen mellem programomtaler og udsendelse. Der er ligeledes det fællestræk, at der begge år sendes et begrænset antal trailers og programomtaler: Inklusiv identer overstiger antallet af elementer per programmellemmrum ikke fire nogle af dagene. Blandt de få trailers, der sendes på børnekanalerne, er det begrænset, hvad der er af udkig til de andre kanaler i porteføljen. I 2010 sendes søndag en trailer for udsendelsen *Nørd på eventyr*, et familieprogram der vises på DR1 senere på aftenen. I 2015 henvises to gange fra DR Ramasjang til DR Ultra for samme aftens programmer. Modsatte bevægelse, fra DR Ultra til DR Ramasjang, forekommer ikke. Men det er også

⁶²Det kan umiddelbart undre, at der ikke forekommer flere henvisninger til DR TV. Men Ihlebæk, Syvertsen og Ytreberg (2014, 479) beskriver, hvordan det af tv-selskaberne opfattes som risikabelt at flytte seerne til andre platforme, idet transporten væk fra tv-kanalen kan koste seere/brugere.

⁶³Jeg har per email spurgt DRs planredaktionschef Henrik Birck om årsagen til denne praksis, men jeg har desværre ikke modtaget svar.

mere oplagt, at en seksårig kan finde interesse for et program målrettet børn, der er et par år ældre end det selv, end at en 7–12-årig skulle få lyst til at se et program på en kanal for de 3–6-årige.

Begge år forekommer henvisninger til andre platforme/andre tilbud. Da den analyserede uge 46 er i midten af november, sendes både i 2010 og 2015 på begge kanaler trailers for årets julekalender/u-landskalender. I 2010 samsendes julekalenderen med DR1, hvilket fremgår af omtalen. I 2015 er der på begge børnekanaler tale om reklame for de papirkalendre, man kan købe, som er tilknyttet de to julekalendre. Ud over disse trailers og omtaler indbefatter programmellemrummet på DR Ramasjang i 2010 en trailer, hvori der opfordres til at sende et forslag ind til *MGP*, børnenes *Melodi Grand Prix*, og en musikvideo der skal markere fødselsdagen for FNs børnekonvention. På DR Ultra henvises til kanalens online-univers og den interaktive historie *Min flugt* om flygtningesituationen i Syrien. Til gengæld forekommer ingen henvisninger til DR Ramasjangs app.

6.7.4 Programhenvisninger efter klokken 20.00-programmet på DR1

Eftersom det ifølge planredaktionschef Henrik Birck er krydset *efter* klokken 20-programmet, der flytter flest seere, skal det her kort belyses, hvorledes dette programmellemrum tager sig ud, og hvorvidt der er forskelle mellem dette og programmellerummet klokken 20.00. Da det er kommet frem ved de ovenstående analyser, at det er yderst begrænset hvad der foretages af henvisninger på porteføljekanalerne, beskæftiger jeg mig i denne delanalyse udelukkende med DR1⁶⁴. Jeg foretager fire nedslag i løbet af ugen: mandag, onsdag, fredag og søndag i 2005, 2010 og 2015. Bilag 11 indeholder oversigter over programhenvisningerne de pågældende tidspunkter.

I 2005 sendes mellem fire og ni elementer i programmellemrummet efter klokken 20-programmet, flest om mandagen. I det mellemrum, der var lige op til klokken 20-programmet, blev som beskrevet sendt mellem syv og ti elementer, og også her var der flest om mandagen. Hovedvægten er – ligesom i det foregående programmellemrum – på kategorien 'her og i fremtiden'. To gange henvises til DR2; mandag i form af 'der og nu', og søndag som 'der og i fremtiden'. Mandag henvises i øvrigt til P1, den samme programserie der er henvist til onsdag og lørdag i klokken 20-mellemrummet.

Også i 2010 sendes mellem fire og ni elementer i programmellemrummet efter klokken 20-udsendelsen, og igen sendes der flest om mandagen. I forhold til hvad der henvises til, ses en vis variation dagene imellem, idet der mandag er hele fem elementer i 'her og i fremtiden'-kategorien, mens der de andre dage er en til to. Brugen af line-ups er ikke lige så udtalt i programmellemrummet efter klokken 20-programmet som i dét før, hvor det indgik hele fem dage. Efter klokken 20-programmet er det kun søndag, der indgår et line-up. Det er dog begrænset, hvad der ses af henvisninger til andre kanaler på dette tidspunkt, idet der kun seks gange henvises til andre kanal og platforme og sendes andre former for omtale. I 2010 er der altså færre udkig til, hvad der sendes på porteføljekanalerne efter klokken 20-programmet, end tilfældet var før med de mange line-ups og (i mindre omfang) trailers.

I 2015 sendes ikke længere flest omtaler og trailers om mandagen, hverken før eller efter klokken 20-programmet. Der er ikke en klar tendens til, i hvilket af de to mellemrum der sendes flest elementer, i stedet svinger det fra dag til dag. Efter klokken 20-programmet er hovedvægten på, hvad der sendes på porteføljekanalerne, primært i form af hvad der vises 'der og nu', men fredag sendes hele tre indslag om 'der og i fremtiden'. Skønt dette umiddelbart bekræfter Henrik Bircks udtalelse om, at det er krydset efter klokken 20-programmet,

⁶⁴Jeg har foretaget stikprøver af programmellemrummet efter klokken 20-udsendelsen på DR2, DR3 og DR K, og heller ikke på dette tidspunkt fandt jeg henvisninger til andre kanaler i porteføljen.

der flytter flest seere, forholder det sig sådan, at der de fleste dage er lige så mange eller flere henvisninger til porteføljekanalerne i programmellemrummet lige før klokken 20, som der er i dét efter. Kun fredag sendes flere henvisninger til porteføljekanalerne efter klokken 20-programmet, men her er der tale om fem henvisninger (samt to korte gentagelser) mod fire 'der-elementer' før klokken 20.00, så det er ikke en markant forskel, der er mellem graden af udsyn før og efter klokken 20-programmet.

6.8 Diskussion om samspillet i DRs tv-kanalportefølje

Kapitlets tre overordnede analytiske dimensioner (den enkelte kanals struktur, flow-tilrettelæggelsen og programlægningen på tværs af porteføljen) har samlet sigtet mod at undersøge, hvorvidt DRs tv-kanaler i praksis er struktureret som en samlet portefølje eller som en række enkeltstående kanaler. Særligt i delanalyserne af sendetidernes kryds, egenproduktionernes placering, komplementariteten på tværs af kanalporteføljen samt programhenvisningernes udkig har jeg studeret graden af samspil det enkelte år. I dette afsnit vil jeg sammenholde analysernes resultater og diskutere dem i lyset af den afgørende udfordring, det er for DR at drive en mangekanalportefølje, hvor seeren ikke isoleres på en smalt profileret kanal.

På baggrund af kortlægningen af strukturen på hver af DRs tv-kanaler og analysen af kryds mellem sendetiderne kan jeg slå fast, at udviklingen fra 2005 til 2015 har betydet, at DRs tv-kanaler i højere grad er blevet organiseret som en samlet portefølje strukturelt set. I afsnit 6.2.3 fremsatte jeg den tese, at konkurrencesituationen bevirker, at der i stigende grad tages hensyn til både portefølje-flowet og super-flowet i programlægningen, således at programmers placering og specifikke starttider (i prime time) tilpasses både de andre kanaler i porteføljen og de vigtigste konkurrenters udbud. I afsnit 6.3.5 dokumenterede jeg, at konkurrencen med TV 2 afspejles i den prime time-struktur, DR1 har haft siden kanalomlægningen i 2012, og min analyse af sendetidernes kryds viste, at der fra 2005 til 2015 er kommet flere kryds, der involverer flere af DRs tv-kanaler. Således mener jeg at have fået min tese bekræftet.

Min analyse af egenproduktionernes placering viste, at netop fordi kanalernes sendetider er blevet mere koordinerede, er der ofte tale om, at egenproduktionerne tidsmæssigt falder sammen. Dette er en udfordring, det er vanskeligt for DR at overkomme, i og med at fire af porteføljens kanaler adresserer et voksent publikum og derfor har sammenfaldende eller overlappende prime times. Skønt strukturen og kanalprofilerne dermed har som konsekvens, at seerne går glip af egenproduktioner på de lineære kanaler, er det vanskeligt at opfatte det som et problem, at der er kommet flere egenproduktioner at vælge imellem. Dels gælder, at det siden 2006 har været muligt at se en lang række af DRs programmer som catch up (mere herom i det følgende kapitel). Dels er der stor sandsynlighed for, at en seer, der vælger et DR K-program, ikke vil have tilsvarende interesse for et DR3-program. Som jeg beskrev i kapitel 4, har kanalprofilerne nok overlap, men det er primært i form af indkøbte programmer. Når det gælder egenproduktionerne er der tale om forholdsvis forskellige typer af programmer rettet mod forskellige målgrupper. Endelig er det vigtigt at pege på, at en del af årsagen til egenproduktionernes sammenfald er, at der simpelthen er kommet flere egenproduktioner i løbet af perioden. DR HD, som ikke havde egenproduktioner, er blevet erstattet af DR3, som har egenproduktioner, og DR K sendte langt flere egenproduktioner i 2015 end i 2010. Således er egenproduktionernes sammenfald i prime time tegn på en positiv udvikling set i et public service-perspektiv.

På ét område er der dog taget højde for, at egenproduktionerne ikke skal placeres oveni hinanden, og dette vedrører netop genrekomplementariteten kanalerne imellem. DR1 sender nyheder, magasinprogram og sport i timen fra klokken 21.30–22.30, hvorefter DR2 sender

Deadline. Dermed kan den nyhedsinteresserede seer skifte kanal og se endnu et nyhedsprogram, frem for at disse sendes samtidigt. Min analyse af programtypernes komplementaritet på tværs af porteføljen viste netop, at DR i vid udstrækning sender komplementære programmer i prime time. Selvom der i 2010 og 2015 var tidspunkter, hvor flere kanaler sendte dokumentarudsendelser samtidigt, viser en nærmere granskning, at der ofte er tale om meget forskellige dokumentarprogrammer i forhold til både indhold, stil og oprindelsesland. Dette bekræfter, hvad jeg argumenterede for i kapitel 5, nemlig at selvom der overordnet er tale om den samme programtype, kan det reelle udbud sagtens adressere meget forskellige segmenter. Komplementariteten bliver således også et argument for og redskab til, at de forskelligt profilerede kanaler samlet dækker hele eller størstedelen af befolkningen og dermed sikrer et universelt dækkende tilbud: Flere tilbud fordelt på flere kanaler betyder, at flere seere adresseres. Naturligvis findes målgrupper, der ikke oplever at være dækket af DRs tilbud - det kunne eksempelvis være den comedy- eller sportsinteresserede seer. Her må kanallandskabet betragtes som helhed, idet disse seere vil kunne finde de efterspurgte tilbud andre steder.

På ét punkt vil jeg dog argumentere for, at samspillet mellem kanalerne i DRs tv-kanalportefølje er udfordret, og det er i forhold til programhenvisningerne – eller manglen på samme. Som jeg afdækkede i afsnit 6.7, har DR1 alle år praktiseret at henvise til de andre kanaler i porteføljen, endda således at der i 2015 er mere udsyn til porteføljekanalerne end de tidligere år, og mere end til hovedkanalen selv. Porteføljekanalerne henviser derimod kun i meget ringe grad til andre programmer end kanalens egne - kun DR2 havde i 2010 som fast element et line-up med 'der og nu-henvisninger'. Derved præsenteres seerne på DR HD og DR K i 2010 og DR2, DR3 og DR K i 2015 reelt ikke for det alsidige og mangfoldige programudbud, hele porteføljen rummer, og kanalerne fremstår i programmellemrummene som isolerede enheder, der betjener en specifik målgruppe, frem for at være en del af en samlet portefølje.

Ifølge Johnson (2013b) hænger programhenvisninger tæt sammen med en tv-kanals flow, da det er i programmellemrummene, tv-selskaberne mest direkte kan adressere seerne. For public service-institutionerne er mellemrummene et mikrokosmos for deres varierede udbud (ibid., 16). DR1s programhenvisningspraksis fungerer netop som et mikrokosmos for hele porteføljen, når kanalstemmen forbinder 'her/der og nu'-elementer med 'her/der og senere'. Men hvor hovedkanalen således binder kanalporteføljen sammen, 'forstyrres' flow'et på DR1 af henvisningerne til de andre kanaler - især til DR3, som kan være grænsesøgende (jf. Peter Rosbergs eksempel (i interviewet 6/4 2016) med en DR3-trailer, der ved et uheld blev sendt i forbindelse med familieprogrammet *X-factor*). Tilsvarende gælder, at når porteføljekanalerne slet ikke, eller i meget lav grad, har programhenvisninger til de øvrige kanaler, er det en styrke for den enkelte kanals flow: Seeren bliver i samme univers og fastholdes (optimalt) på kanalen.

Kobles denne tolkning af kanalernes henvisningspraksisser med Henrik Bircks udtalelse om, at flow virker på hovedkanalen, men i mindre grad på porteføljekanalerne (jf. afsnit 6.5), fremkommer den pointe, at det programmæssige flow på DR1 er så stærkt, at de 'forstyrrende' programhenvisninger til andre kanaler ikke er et (stort) problem for seerfastholdelsen. Jeg har tidligere skrevet, at DR1 fungerer som udstillingsvindue for de andre kanaler i porteføljen. Og at DR1 har så fast en struktur hen over ugen og så stærkt et flow i programfladen, betyder, at hovedkanalen netop kan tillade sig at sende seere ud til andre kanaler. Det er straks mere risikabelt for porteføljekanalerne, der risikerer at miste sine seere til konkurrerende kanaler og platforme. Men hvad der er effektivt for flowet og seerfastholdelsen på den enkelte porteføljekanal, sker på bekostning af samspillet i kanalporteføljen.

Man kan naturligvis diskutere nødvendigheden af kryds og programhenvisninger mellem porteføljekanalerne, ligesom jeg ovenfor påpegede, at det ikke, ud fra et målgruppeperspektiv, skal opfattes som et problem, at DRs egenproduktioner sendes samtidigt. Hvor DR1 og DR2

i 2005 havde forholdsvis beslægtede profiler, viste kapitel 4, at der var tale om begrænsede overlap kanalerne imellem i 2015. Hvis det reelt gælder, at en DR3- og en DR K-seer har ganske få (prime time-)programmer af fælles interesse, er det ikke videre relevant at gøre opmærksom på, hvad der sker på søsterkanalen en given aften, da det kun vil flytte et yderst begrænset antal seere. Fra DRs side er der tilsyneladende en forventning om (eller erfaring med), at seerne enten ved, hvilken (portefølje)kanal de ønsker at se, eller også tænder de først for den brede DR1 og kan herfra blive fordelt ud på de øvrige kanaler. Og tilsvarende: At når en udsendelse er slut, vil seeren enten ønske at blive på porteføljekanalene eller vende tilbage til hovedkanalens brede tilbud. I et teoretisk public service-perspektiv er DRs henvisningspraksis dog problematisk, idet seerens møde med det alsidige og mangfoldige programudbud begrænses, ligesom den fælles samtale formindskes.

6.9 Opsamling

Formålet med dette kapitels analyser har været at undersøge, hvorvidt DRs tv-kanaler er blevet drevet som en samlet portefølje eller som henholdsvis to og seks enkeltstående tilbud. På baggrund af analyser af de kryds, der er mellem kanalerne, af egenproduktionernes placering på hver kanal og af komplementariteten i prime time kan jeg konkludere, at udviklingen fra 2005 til 2015 har resulteret i, at kanalerne i 2015 i vid udstrækning fremstår som et koordineret tilbud. Jeg har ligeledes vist, at programfladestrukturen er blevet mere strømlinet fra 2005 til 2015, og at det sammen med kanalernes reprofilerings har styrket flowet på den enkelte kanal.

Et enkelt aspekt går dog imod oplevelsen af en samlet portefølje: Hvor DR1 alle årene har fungeret som udstillingsvindue for de andre (voksen)kanaler i porteføljen, har porteføljekanalene i de analyserede uger stort set ikke haft programhenvisninger til hverken hovedkanalen eller DRs øvrige tv-kanaler. Dette er problematisk ud fra den opfattelse, at DR skal stimulere et indholdsmæssigt varieret forbrug og facilitere en fælles samtale. Når en DR2-, DR3- og DR K-seer ikke gøres opmærksom på, hvilke øvrige tilbud der findes inden for kanalporteføljen eller DRs andre platforme, bliver seerne isoleret på den enkelte kanal. Samtidig kan DRs praksis undre ud fra et konkurrenceperspektiv, hvor man netop kan forvente, at seeren søges fastholdt inden for porteføljen, også når den enkelte porteføljekanal ikke har et tilbud af interesse for seeren.

DRs kuratering af streaming-tjenesten DR TV

DR udbyder sine tv-programmer i to overordnede former: gennem de lineære kanaler og via streaming-plattformen DR TV. Hvor de foregående kapitler har omhandlet de lineære kanaler, vil jeg i dette kapitel fokusere på, hvorledes DR bedriver tv-virksomhed på DR TV. Af streaming-tjenestens forside i 2015 fremgår, at det programudbud der her præsenteres, i udpræget grad er udvalgt, struktureret og præsenteret, en redaktionel bearbejdning jeg vil betegne som, at online-indholdet er *kurateret*. I kapitlet vil jeg analysere DR TV i 2010 og 2015 med henblik på at belyse, hvilke programpolitiske prioriteringer der ligger bag indholdets kuratering samt hvilken relation der ses mellem DRs lineære tv-kanaler og streaming-tjenesten.

Jeg har hidtil beskæftiget mig med perioderne 1996–2015 og 2005–2015. Imidlertid vil dette kapitel primært omhandle perioden 2010–2015, eftersom DR TV ikke eksisterede i 2005. Dog vil jeg udvide tidshorisonten og pege på relevante udviklingstendenser i perioden frem til sommeren 2018. At jeg inkluderer den allerseneste udvikling skyldes, at streaming er i markant vækst i den danske befolkning: Slots- og Kulturstyrelsens rapportering om mediernes udvikling i Danmark fra juni 2018 viser, at andelen af streamere i befolkningen i 2017 var 77% (Slots- og Kulturstyrelsen 2018, 37). Den tilsvarende opgørelse over 2015 viste, at det dengang blot var 48%, der streamede film, serier og tv-programmer⁶⁵ (Slots- og Kulturstyrelsen 2016, 26). DR Medieforskning har i øvrigt vist, at YouTube i 2016 var den mest anvendte streaming-tjeneste, idet 48% af befolkningen over 12 år ugentligt benyttede tjenesten. På andenpladsen lå Netflix med 32%, mens DR TV fulgte herefter med en andel på 24% af befolkningen, der benyttede tjenesten i 2016 (DR Medieforskning 2017, 25). Efterhånden som brugen af DR TV øges, vil tjenesten spille en mere central rolle i DRs samlede tv-tilbud, hvilket får betydning for måden, hvorpå DR varetager sin tv-virksomhed.

On demand-tv adskiller sig grundlæggende fra det lineære tv med hensyn til både distributionsform, afsenderens formidling af indholdet og seerens reception af dette indhold. Den udfordring, jeg i de foregående kapitler har beskrevet, det er for DR, når det samlede udbuds alsidighed og mangfoldighed er spredt ud over en mangekanalportefølje, bliver accelereret, når seeren aktivt skal vælge tv-indhold i en database. For en public service-institution

⁶⁵Hvor rapporten fra 2018 opgør befolkningens brug fra 12 år og opefter, er tallene fra 2015 baseret på aldersgruppen 16-89 år. Eftersom det er de yngste seere, der primært benytter streaming-tjenester, må den faktiske andel af streamere forventes at være højere end især de 48% i 2015, men også de 77% i 2017. Der er dog uden tvivl stadig tale om en markant fremgang i andelen af streamere fra 2015 til 2018, omend tallene er konservative.

betyder det forhold, at tv-sening ikke længere er bundet til en lineær kanals programplan, at det er blevet markant vanskeligere at styre seerens programbrug, så dette bliver varieret. Samtidig betyder det individualiserede forbrug, der følger af on demand-muligheden, at der er længere mellem de store, fælles tv-oplevelser, hvor befolkningen ser det samme tv-program samtidigt (Knudsen og Svenningsen 2017). Derfor må andre værktøjer end de traditionelle programhenvisninger og flow-tilrettelæggelse tages i brug, for at institutionen kan løfte sin samfundsopgave. Imidlertid byder den teknologiske udvikling også på nye muligheder for at adressere den enkelte seer. I dette kapitel vil jeg undersøge, hvorledes DR agerer med sin streaming-tjeneste i forhold til de muligheder og udfordringer, det internetdistribuerede tv har medført, og diskutere hvilke konsekvenser det har for DRs public service-opgave, at indhold kan tilgås on demand.

Indledningsvis introducerer jeg DRs online-tv-historik og skitserer de forskellige elementer i DRs samlede tv-tilbud. Dernæst belyser jeg on demand-tv i et teoretisk perspektiv. Den efterfølgende analyse behandler tre dimensioner: strukturen i DR TVs interface, streaming-tjenestens indholdsmæssige begrænsninger og de lineære tv-kanalers betydning for såvel indhold på som opbygning af DR TV. Som det fremgik af kapitel 2, har jeg af ophavsretslige grunde ikke inkluderet de faktiske screen shots, jeg analyserer, i kapitlet. I stedet har jeg fremstillet en grafisk gengivelse af DR TV-forsiden i 2010 og 2015.

7.1 DRs online-tv: historie, platforme og formater

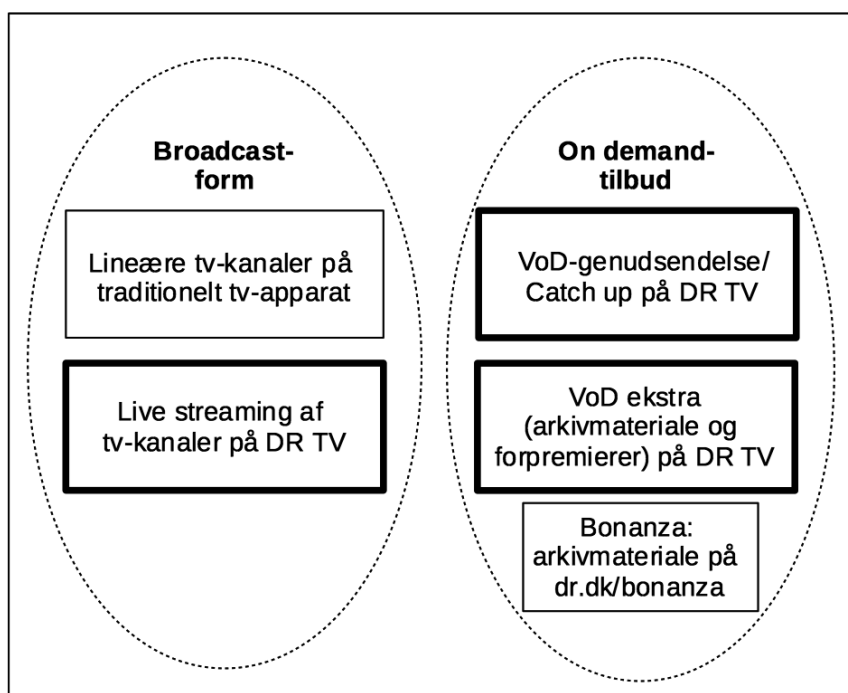
Første gang DR sendte live-tv via nettet var i 2001, hvor Danmark var vært for det europæiske Melodi Grand Prix (danmarkshistorien.dk, Aarhus Universitet u.å., tilgået 10/2 2017). De efterfølgende år blev det muligt at se udvalgte programmer, der havde været sendt på de lineære kanaler, på websitet dr.dk/tv, men det var først i efteråret 2006, det blev muligt at se DRs to tv-kanaler, DR1 og DR2, live online ("DRs tv-kanaler live på nettet" u.å., tilgået 10/2 2017). Som det er beskrevet tidligere, blev nyhedskanalen DR Update lanceret som net-baseret kanal i 2007, og i 2008 åbnedes arkivtjenesten Bonanza, hvor DRs tv-programmer fra 60'erne og frem kan opleves⁶⁶. I 2010 kunne man på siden www.dr.dk/tv læse programoversigter og finde information om de forskellige udsendelser, der blev sendt på DRs kanaler. Det var muligt at klikke sig videre ind på siden DR NU, der indtil 2010 hed net-tv, og herfra både live streame og se programmer on demand. I takt med at siden fik stadigt flere brugere, blev det vanskeligere for DR at sikre en stabil drift, hvorfor det i 2014 blev besluttet at udlægge driften til den eksterne leverandør Akamai (som både NRK og SVT havde gode erfaringer med⁶⁷). Samtidig skiftede afspilningstjenesten navn fra DR NU til DR TV. Ud over hjemmesiden dr.dk/tv kan indholdet fra DR TV ses via Apple TV, Google Chromecast, PlayStation 3 og 4 samt en app til smart-tv ("Se DR TV på dit fjernsyn" u.å., tilgået 12/2 2017). Siden 2013 har de yngste lyttere, seere og brugere i øvrigt kunnet tilgå DR Ramasjangs indhold via en app, og i 2016 fulgte en DR Ultra-app til de 7–12 årige.

Figur 7.1 illustrerer DRs samlede tv-tilbud siden 2008: dels i den form hvor de lineære kanaler tilgås via et traditionelt tv-apparat eller som live-streaming, dels i den form hvor programmerne ses som catch up og on demand. De tre kassogrammer, der er optrukket med fed, er det indhold, der kan tilgås via DR TV, og dermed det indhold, der er omdrejningspunktet

⁶⁶I den mediepolitiske aftale står, at DR af kulturarvsmæssige hensyn er forpligtet på at bevare sine programarkiver og at tilgængeliggøre disse ("Mediepolitisk aftale for 2015–2018" 2014, 13). En af måderne hvorpå DR varetager denne forpligtelse, er ved at drive arkivtjenesten Bonanza, hvor programmer af ældre dato løbende digitaliseres.

⁶⁷Kilde: Emailudveksling med streaming manager i DR Thomas Elton Jensen.

i dette kapitel. Derudover er arkivtjenesten Bonanza tilføjet figurens oversigt.



Figur 7.1: Illustration af DRs samlede tv-tilbud på tværs af platforme.

Som det fremgår af figuren, kan DRs samlede tv-tilbud inddeles i to overordnede former. I den ene, den jeg her betegner som broadcast-formen, er seningen af indholdet tidsbundet, sådan som det gør sig gældende på de lineære tv-kanaler, hvad end disse tilgås via DR TV i form af live-streaming eller ses på et traditionelt tv-apparat. Indholdet og receptionsomstændighederne er grundlæggende de samme, der er blot tale om, at forskelligt udstyr benyttes til at vise indholdet. Den anden form, der i figuren betegnes som on demand-tilbud, rummer forskellige former for tidsforskudt afspilning af indhold (video on demand – VoD), der dog alle er internetdistribuerede. Som det er angivet i figuren, kan DR TVs catch-up-funktion siges at fungere som on demand-genudsendelse. Ifølge Johnson (2017) og Grainge (2017) er det misvisende, når tjenester som britiske ITV Hub og BBCs iPlayer italesættes som catch up-tjenester, da de gennem de senere år er blevet udviklet til at være mere end blot platforme, der fungerer som et sted for genudsendelse af programmer sendt på de lineære tv-kanaler (hvad der netop ligger i catch up-betegnelsen). Selv betegner DR sin online-tjeneste som et streaming- og on demand-univers ("Hvad er DR TV?" 2014, tilgået 16/2 2017). Når jeg betoner catch up-funktionen i beskrivelsen af DR TV, skyldes det en række begrænsninger, der er fastsat med hensyn til, hvor længe forskellige programtyper må være tilgængelige på DR TV. Begrænsningerne stammer dels fra købsaftalerne, dels fra DRs egen kuratering af indholdet, hvor programmer stilles til rådighed eller fremhæves, når de vurderes relevante, og dels fra politisk fastsatte regler for liggetider. Som følge af disse begrænsninger er brugerens mulighed for at 'indhente' nyligt sendte programmer stadig den centrale funktion på DR TV.

Dog gælder for DR TV, som Johnson og Grainge påpegede for de engelske tjenester, at der i mindre, men dog stigende, omfang stilles andet materiale til rådighed (i figuren betegnet som VoD ekstra). I 2010 rummede DR TV forskellige muligheder for interaktivitet, mens der i 2015 var tale om arkivmateriale og enkelte forpremierer. I foråret 2018 introducerede DR i tillæg hertil konceptet *Mandagsdoks - tættere på virkeligheden*, hvor DR TV ugentligt tilbyder unikt indhold i form af dokumentarudsendelser, der ikke (nødvendigvis) vil blive vist på de

lineære kanaler (Knudsen 2018). Således får on demand-delen gradvist en mere selvstændig rolle, hvorved genudsendelsesfunktionen hen ad vejen kommer til at fylde mindre. 'Ekstramaterialet' er dog også underlagt tidsbegrænset visning, så ønsker brugeren et permanent on demand-tilbud, er denne henvist til arkivtjenesten Bonanza. Trods en mærkbar forbedring af interfacet i marts 2017, så Bonanza nu grafisk afspejler DR TV, lever arkivtjenesten en stille tilværelse og er ikke integreret med DR TV, selvom dette havde været oplagt. At der brugsmæssigt er så stor forskel på DR TV og Bonanza, må ses som et klart eksempel på, at netop kuratering af indholdet har stor betydning for brugen: På Bonanza er få programmer redaktionelt fremhævet i en karussel-funktion (se mere om karussel-funktionen i afsnit 7.3.2), mens resten af forsiden fåtallige programpræsentationer er baseret på 'senest sete'. I de underliggende programkategorier fremstår indholdet vilkårligt udvalgt, og tv- og radioindhold tilbydes side om side.

7.2 Teoretisk belysning af on demand-tv

Jeg har i indledningen slået fast, at on demand-tv adskiller sig fra det lineære tv i en sådan grad, at selvom indholdet i vid udstrækning er det samme, er distribution, formidling og receptionsomstændigheder væsensforskelligt de to platforme imellem. I dette afsnit vil jeg belyse on demand-tv'ets karakteristika i et teoretisk perspektiv ud fra tre centrale parametre: indholdsmæssig kapacitet og strategier, kuratering af indholdet og personalisering af tjenesterne.

7.2.1 Online-tv'ets indholdsmæssige karakteristika

Bennett skriver om tv som digitalt medium, at det må forstås som en form for audiovisuelt indhold, der med sin frigørelse fra tid og sted er non-site-specific, og at det derudover gælder at:

"Removed from the structure of television's schedule flow, the program as content on these services calls our attention to its embedding in a new, digital media context: instead of flow, here we have an interface, hyperlinks, and a database structure experienced via broadband rather than broadcasting" (Bennett 2011, 1).

Ifølge Chamberlain (2011, 242–43) er interaktivitet et af de centrale kendetegn ved de nye medieteknologier og -oplevelser og noget af det som adskiller online-medierne fra de traditionelle massemedier. Gennem databasestrukturen, eller hvad jeg her vil betegne som et online-katalog, skal brugeren selv søge og udvælge indhold, hvilket nok er det mest afgørende karakteristika for tv som on demand-indhold. Det at programmerne ikke afspilles på en lineær kanal, men kan udvælges og tilgås on demand, har en række konsekvenser for både brugeren og afsenderen. Lotz (2017, 15) pointerer det måske åbentlyse, men ikke desto mindre karakteristiske træk, at: "The key distinction of internet-distributed television from that of broadcast or cable distribution is that it does not require time-specific viewing". At sening af programmer for on demand-tv'ets vedkommende er ikke-tidsspecifik har, ifølge Lotz (ibid., 23), den konsekvens, at kapacitetsbegrænsning ikke længere er en udfordring for tv-selskaberne. Hun skriver om de traditionelle tv-kanaler, at: "A single channel can only distribute 24 hours of programming a day. That is a significant limit to what can be 'on' in any day. Thus, the channel's ability, or requirement, to select the one thing available at any time very much defines linear television" (ibid., 23).

Som det er fremgået af de foregående kapitler, har udvidelsen af kanalporteføljen betydet, at DR har kunnet sende langt mere indhold til forskellige målgrupper. Men på en streaming-tjeneste kan (ideelt set) alt indhold, bredt og smalt, fakta og fiktion, dansk og udenlandsk, for yngre og for ældre målgrupper, der sendes over en given periode, tilgås on demand. I tillæg til det indhold, der allerede er sendt på de lineære kanaler, betyder streaming-tjenestens kapacitet, at der her, som beskrevet ovenfor, også kan tilbydes indhold, der er unikt. For seeren er dette en langt bedre betjening end de lineære kanaler i den henseende, at man til enhver tid kan finde relevant indhold. På selv de mest målrettede kanaler er seeren stadig underlagt en programplan.

Ifølge Lotz (2017, 13–14) anvender online-tv-aktørerne typisk en af to indholdsstrategier. Den første består i at sigte mod et specifikt publikum (aldersgruppe eller smagspræference), gerne en nichemålgruppe. Den anden strategi er, hvad Lotz betegner som *content acquisition strategy*, hvor en tjeneste nyder godt af et omfattende katalog af titler, der sikrer et bredt udbud, og som giver den enkelte aktør en dominerende position på markedet (ibid., 29–30). Som public service-institution skal DR, også på sin streaming-tjeneste, dække hele befolkningen. Men som det vil fremgå senere, har DR alligevel fokus på en specifik del af målgruppen på DR TV.

7.2.2 Kuratering af online-tjenester

Hvor online-tv'ets omfattende katalog og tidsuafhængighed er en fordel for brugeren med hensyn til valgmulighed, bliver selvsamme karakteristika også et benspænd, idet det omfattende udbud kan være vanskeligt at overskue. Derfor er det nødvendigt at indholdet formidles på en måde, der både gavner brugeren og afsenderen. For brugeren er det et spørgsmål om at kunne finde indhold af interesse, mens det for afsenderen gælder om at sikre det størst mulige antal brugere til tjenesten. For en public service-institution som DR skal forbruget naturligvis være i overensstemmelse med den samfundsopgave, streaming-tjenesten er en del af. Et højt antal brugere er ønskværdigt for DR på samme måde som de lineære kanaler gerne skal have en høj dækning, da institutionen dermed er i kontakt med en stor andel af befolkningen (jf. afsnit 4.6).

I den engelsksprogede forskningslitteratur har kurateringsbegrebet i en årrække været sat i forbindelse med tv-selskabernes online-aktiviteter i forhold til at guide brugeren rundt i udbuddet (se eksempelvis Sørensen 2014; Doyle 2016; Johnson 2013a). Herhjemme anvendes begrebet stadig kun i begrænset omfang, men det er begyndt at dukke op i relation til DRs online-virksomhed (Public service-udvalget 2016; DR 2017b; Hjarvard 2018). Da jeg interviewede daværende mediedirektør Gitte Rabøl i februar 2016, gav hun udtryk for, at kurateringstanken er essentiel for den måde, hvorpå DR skal varetage sin rolle som public service-institution fremadrettet (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016). Også Public service-udvalget knytter DRs public service-virksomhed sammen med kurateringsbegrebet, og beskriver kuratering som det: "(...)at skabe en oplevelsesmæssig sammenhæng mellem en institutions formål, dens aktiviteter og brugernes anvendelse af institutionens ydelser" (Public service-udvalget 2016, 64).

Kurateringsbegrebet stammer fra kunsthistoriens verden, hvor det dækker over den funktion, at en person, en kurator, udvælger genstande med henblik på at udstille dem, typisk med udgangspunkt i et bestemt tema⁶⁸. Graham og Cook beskriver kurateringsopgaven således:

⁶⁸I den henseende adskiller den klassiske kuratorrolle sig fra en public service-institutions kuratorrolle, idet en kurator inden for galleri- og museumsverdenen ikke sædvanligvis er indholdsproducent, men det er DR.

“(...)the basic definition is ”caring for objects,” [sic.] but a curator of contemporary art is just as likely to be selecting artworks; directing how they are displayed in an exhibition; and writing labels, interpretational material, catalogs, and press releases. The curator is basically in this case acting as a kind of interface between artist, institution, and audience(...)” (Graham og Cook 2010, 10).

Denne forståelse af kuratorens funktion som bindeled genfindes i Public service-udvalgets beskrivelse. Graham og Cook præsenterer tre former for kuratorer, *The ”Embedded” Curator*, *The ”Adjunct” Curator* og *The ”Independent” Curator*, der adskilles af graden af fast tilknytning til museumsinstitutionen. Om *The ”Embedded” Curator*, altså den kurator, der er en fast del af museets stab (og som er mest relevant i denne kontekst), skriver de, at denne kurators arbejde defineres af de strukturelle rammer og begrænsninger, der er sat for institutionen: dens ledelse, samling og økonomi. Ifølge Graham og Cook tænker denne kurator i hvilken relation en given udstilling har til aktuelle problemstillinger, hvilke pladser der er ledige, hvornår og hvor længe, hvilken relation det aktuelle projekt har til det øvrige program samt hvilken relation det aktuelle projekt har til den resterende samling (ibid., 150). Som det vil fremgå af kapitlets analyser, kan disse aspekter af kuratorrollen genfindes i den opgave, det er at redigere DR TV.

Når det er en fordel for DR og andre public service-institutioner at italesætte deres virke som indholdskuratering, skyldes det, at kuratering er platformsneutralt. Ved at omtale sin rolle som kurator kan DR sætte fokus på sin erfaring og ekspertise med at udvælge og præsentere indhold, hvor det er underordnet, hvorvidt det enkelte program eller tema udkommer på en lineær eller ikke-lineær platform. Man kan argumentere for, at DR har haft kuratorfunktionen gennem hele sin historie, hver gang et program er blevet sendt: Den forudgående proces med produktion eller indkøb har betydet, at indholdet er blevet redaktionelt udvalgt med særligt sigte på en specifik målgruppe, en specifik platform og kanal, et specifikt tidspunkt og som et led i en konkret sendeplan. Selvom kanaludvælgelsen og fastsættelsen af sendetiden ikke er aktuel på en online-platform, bevirker den redaktionelle proces, at DRs rolle som traditionel broadcaster (på analoge kanaler) ikke adskiller sig radikalt fra DRs rolle som kurator af indhold på en online-platform. Naturligvis har den kuratering, der foretages gennem programfladens tilrettelæggelse, ændret karakter: På de lineære kanaler er kuratering især synlig i form af, hvilke programmer der sendes i prime time og i de trailers og programtaler, der fremhæver enkelte udsendelser. På en online-platform, det værende en public service-institutions eller en kommerciel aktørs, kurateres indhold ved at nogle programmer fremhæves frem for andre, og at indholdet organiseres i navngivne kategorier, der så igen rangeres. En sådan strukturering gør det samlede indhold overskueligt for brugeren, samtidig med at brugerens færden kan styres efter afsenderens målsætninger og ønsker.

7.2.3 Personalisering og algoritmer

Hvor hele befolkningen har fri adgang til DR TV, er der for kommercielle tjenester oftest tale om, at streaming-tv er abonnementsbaseret og altså ’gemt’ bag betalingsmure. Som jeg vil uddybe senere, er det en mulighed, ikke et krav, at oprette en profil på DR TV, mens det for abonnementstjenesterne er et vilkår, at man som bruger logger ind på sin profil for at tilgå indholdet. En følge af dette log-in er, at indholdet tilpasses den enkelte brugers profil. Van den Bulck og Moe (2018, 877) beskriver, hvordan den teknologiske udvikling har gjort det muligt at personalisere indholdet i form af, hvad der udvælges og præsenteres for den enkelte bruger. Personalisering adskiller sig fra kuratering i og med, at personaliseringen typisk vil

være baseret på algoritmer⁶⁹. Konkret vil personalisering af on demand-tv-tjenester komme til udtryk gennem individuelle anbefalinger til, hvilket indhold den enkelte bruger vil synes om. Ifølge Webster (2014, 70–73) skal personaliseringen ses som konsekvens af online-katalogernes omfang: Katalogerne er typisk så omfattende, at de bliver uoverskuelige, hvorfor det er nødvendigt med anbefalingssystemer, der på baggrund af den enkelte brugers historik samt andre brugeres smag og vurderinger målretter indholdet⁷⁰. Således er personaliseringen langt mere målrettet end eksempelvis DRs kuratering, der foregår på et generelt plan, hvor det er over for den samlede befolkning, udvalgt indhold fremhæves.

Den algoritmebaserede personalisering, som vi kender fra tjenester som Netflix og HBO, har to overordnede konsekvenser, der gør den vanskelig uden videre at overføre til offentlige medieinstitutioner, uagtet dens effektivitet og popularitet (jf. de tidligere omtalte tal for væksten i antallet af streaming-brugere). Den første konsekvens er i forhold til den fælles referenceramme og samfundsmæssige debat, DR og tilsvarende aktører er forpligtet på (jf. kapitel 3). Lotz (2017, 26–29) beskriver, hvordan en tjeneste som Netflix ikke markedsfører alt sit indhold til alle brugere, men tilpasser det indhold, den enkelte bruger præsenteres for, ud fra tidligere set indhold. En stor del af Netflix' katalog vil derfor være usynligt for den enkelte bruger, og det kræver aktive søgninger at ændre det præsenterede indhold (Lobato 2018). For en kommerciel tjeneste som netop Netflix er individualiseringen en stærk forretningsmodel. For en public service-institution betyder denne individualisering, at massepublikummet, som broadcast-medierne har opbygget og adresseret, nedbrydes til en række nichefællesskaber – en nedbrydning der går videre end den, de segmenterede lineære tv-kanaler har ført til.

Den anden problemstilling, der knytter sig til personaliseringen, er, når algoritmerne fremmer et 'mere af det samme-forbrug'. Igen er der tale om en klar forskel mellem denne strategis betydning for kommercielle og offentlige aktører. På sin hjemmeside skriver Netflix om tjenestens brug af algoritmer, vurderinger og anbefalingssystemer:

"We offer thousands of titles to stream – that's a lot! (...) We use a recommendation algorithm that takes certain factors into consideration, such as: The genres of movies and TV shows available. Your streaming history, and previous ratings you've made. The combined ratings of all Netflix members who have similar tastes in titles to you". ("Netflix Ratings & Recommendations" u.å., tilgængeligt 20/2 2017)

Af citatet fremgår, at Netflix her blot kommer med eksempler på, hvordan det indhold, der præsenteres for den enkelte, udvælges. Mens dele af informationerne hentes fra brugerens egen søgehistorik, indgår andre brugere *who have similar tastes in titles to you* ligeledes i personaliseringen af tjenesten: Der er altså ikke fuld gennemsigtighed, hvilket (også) vil være problematisk for en public service-institution. Her ønsker jeg dog at pege på det forhold, at en 'mere af det samme-strategi' vil være i direkte modstrid med public service-institutionernes opgave, som netop rummer krav om at lade seeren møde – og stimulere dennes brug af – et alsidigt og mangfoldigt udbud. I sig selv er det at brugeren kan søge og vælge indhold, og

⁶⁹I sin grundbetydning er en algoritme en: "(...)forskrift for en følge af beregningstrin, der fra et problems data fører til resultat" (Clausen 2018). Bucker (2016, 82) beskriver, hvordan algoritmer i et computerteknologisk perspektiv er software med instruktioner, der gør at computeren kan udføre en specifik opgave. Men inden for samfundsvidenskab og humaniora interesserer man sig, ifølge Bucher, typisk for: "(...)how these instructions have the power to shape the world in specific ways" (ibid.). Sørensen og Hutchinson betoner det ikke-transperante ved algoritmer, idet de definerer en algoritme som: "(...)a set of typically non-transparent rules for selecting and recommending media content" (Sørensen og Hutchinson 2018, 91).

⁷⁰Webster har den interessante pointe, at der i dag, som følge af disse forskellige former for anbefalingssystemer, i realiteten er ganske få medier, der er sande pull-medier, altså medier hvor brugerne helt selv udvælger indholdet (Webster 2014, 73).

ikke er tvunget til at følge en sendeplan, en udfordring i forhold til alsidigheds- og mangfoldighedsforpligtelsen. Men hvis brugeren oven i købet præsenteres for indhold, der minder om det, denne allerede har set, bliver personaliseringen uforenlig med public service-opdraget. Som Van den Bulck og Moe (2018) beskriver, og som det fremgik af mit interview med DRs digitale planredaktør (Interview med Christian Boye-Roed, 21/3 2016), arbejder blandt andre DR og NRK på en form for personalisering, der kan betegnes som en public service-algoritme, og som netop har til formål at forene det individuelt målrettede tilbud med det alsidige og mangfoldige programudbud. Dette vil jeg vende tilbage til senere i kapitlet.

7.3 Analyse af DR TVs interface

Som det blev slået fast i afsnit 7.2.2 hører det til en kurators opgaver at skabe en struktur i det indhold, der præsenteres, og føre den besøgende gennem dette. For DR TV er det ensbetydende med at guide brugerens færden rundt på siden i overensstemmelse med institutionens samfundsopgave, herunder at sikre, at indholdet når ud til mange brugere (jf. afsnit 4.6). Den måde, programmerne præsenteres på, vil afspejle DRs prioriteringer, og derfor vil jeg i dette afsnit analysere interfacet på DR TV i 2010 og 2015 med henblik på at belyse, hvorledes DR TVs indhold er kurateret, og hvad strukturen og den visuelle programfremstilling siger om DRs programpolitiske prioriteringer online. Ud over strukturen berører jeg online-tjenestens æstetiske udtryk samt interaktions- og personaliseringsmuligheder. Eftersom streaming-tjenester stadig er et relativt nyt fænomen, er det begrænset, hvad der eksisterer af forskningslitteratur på området. Dette gælder i særdeleshed de traditionelle public service-institutioners online-tilbud. Til analyserne trækker jeg på Johnson (2017) og hendes fremstilling af interfacet på ITV Hub.

7.3.1 DR TV i 2010

Ifølge Johnson (2017, 127) skabes et indholdsmæssigt hierarki, når en on demand-tv-tjeneste er struktureret omkring en vertikal akse, sådan som tilfældet er for DR TV, når denne tilgås på en computer via browser. Det indhold, der er placeret øverst på siden, vil ifølge Johnson have højest prioritet for afsenderen, fordi det bliver synligt straks brugeren tilgår tjenesten. Indhold der præsenteres længere nede på siden, hvor det kræver at brugeren *scroller* ned, opnår ikke nødvendigvis samme opmærksomhed. For DR TV i 2010 gælder dog, at siden er af et begrænset omfang. Det betyder, at næsten hele forsiden er synlig for brugeren, når denne åbner dr.dk/tv. Det er dog alligevel tydeligt, hvilket indhold der fra DRs side prioriteres, idet der er markant forskel på de forskellige elementers størrelse. Figur 7.2 illustrerer DR TV-forsidens interface i uge 46 i 2010.

I alt otte tv-programmer præsenteres på DR TVs forside i 2010, og for dem alle gælder, at de udgøres af en sektion, hvor et billede fra udsendelsen ledsages af programseriens- eller afsnittets titel og en kortfattet beskrivelse af udsendelsens indhold. Herunder findes et link til siden DR NU, hvor programmet kan ses, eksempelvis "Se Borgen i DR NU" og "Se Fængslet i DR NU". Det er bemærkelsesværdigt, at det i linkets tekst ekspliciteres, at brugeren skal se programmet på en anden side (DR NU), end der hvor han/hun allerede befinder sig (DR TV), og at link-teksten ikke blot lyder "Se Borgen" eller "Se Fængslet". Ved denne praksis understreges, at der er forskel på websiderne, hvor DR TV står som den fælles indgang til DRs tv-indhold, med primært informationer om udsendelserne, mens DR NU er den konkrete afspilningstjeneste. Når det ekspliciteres, at navnet på afspilningstjenesten er DR NU, kan det ses som led i en markedsføringsstrategi, eftersom det var så sent som i maj 2010, tjenesten

skiftede navn fra net-tv til DR NU (Danske Mediers Arbejdsgiverforening 2010, tilgået 23/2 2017). I en boks til højre på skærmen kan man da også læse budskabet ”Se DRs programmer og prøv den nye afspiller her!”, hvorunder der er et link til DR NU.

dr.dk/tv				
<i>Forsiden - tv</i> <i>DR tv live</i> <i>dr.dk tv hjælp</i> <i>dr.dk tv direkte links</i> <i>DR1</i> <i>DR2</i> <i>Podcast</i> <i>Tv-programmer</i> <i>Programoversigt</i> <i>DR Tekst-tv</i>	Programspot			
	Programspot			<i>Mest set i DR NU</i>
				<i>DR NU</i>
	Programspot	Programspot	Programspot	<i>DR1 i denne uge</i>
				<i>DR2 i denne uge</i>
	Programspot	Programspot	Programspot	<i>DR Update</i>
				<i>Driftstatus for net-tv</i>

Figur 7.2: DR TV-forsidens interface, uge 46 i 2010.

Siden er opbygget således, at det øverste element optager omtrent en fjerdedel af den samlede DR TV-forside med et stort billede. Herunder findes et mindre element, der dog stadig har et stort billede, og nederst på siden er placeret seks små elementer af samme størrelse. Tirsdag i uge 46 i 2010 er det seneste afsnit i dramaserien *Borgen*, der tildeles pladsen som det øverste, dominerende element, hvilket harmonerer med, at DRs dramaserier typisk er store, omkostningstunge satsninger, der gerne skal promoveres. De otte programmer, der omtales på siden, falder inden for kategorierne drama, dokumentar, talkshow, livsstil og satire, og programgenrerne angives som overskrift for hvert element⁷¹. Samtlige programmer, der omtales på siden, er programmer, der allerede er sendt på de lineære kanaler i den forgangne uge, og der er således i udpræget grad tale om, at DR TV i 2010 fungerer som en catch up-tjeneste. At det også er muligt at live streame programmer fremgår af den (visuelt ret undselige) menu, der er placeret øverst til venstre på siden. Herfra kan man vælge, som andet menupunkt, *DR tv live*, et link der fører brugeren over til DR NUs live streaming-tjeneste.

Skønt DR i 2010 husede seks tv-kanaler, er det primært DR1 og DR2, der er synlige på DR TV-forsiden. Af de otte programmer, der præsenteres på siden, er to programmer sendt på DR2, mens de resterende seks programmer er sendt på DR1 (dramaserierne *Borgen* og *Lulu og Leon* samsendes dog med DR HD). DR1 og DR2 er ligeledes de to eneste kanaler, der henvises til fra den førmtalte menu i skærmens venstre side. I skærmens højre side ses ligeledes (farverige) henvisninger til DR1 og DR2 i form af links til sider, hvor brugeren kan læse mere om, hvad der sendes på kanalerne i denne uge. Under henvisningen til DR2, i den nederste fjerdedel af DR TV-siden og dermed med en mindre prominent placering, findes en henvisning til DR Update, hvor et link kan følges til at ”Se de seneste nyheder”. Kanalerne DR K, DR HD og DR Ramasjang er ikke synlige fra DR TVs forside i 2010. Har man klikket sig ind på DR1- eller DR2-siden via menuen til venstre, fremkommer en ny menu, og her figurerer DR K, DR HD og DR Ramasjang (men ikke DR Update), men det er fra DR TV-forsiden altså ikke åbenlyst, hvorledes brugeren kan finde informationer om udsendelserne på disse kanaler. Denne struktur indikerer, at de to ’gamle’ tv-kanaler prioriteres over de nytilkomne.

⁷¹Dagen efter, d. 17/11 2010, som ikke kan tilgås direkte fra Netarkivet, men som tilfældigt dukkede op, mens jeg kikkede rundt på undersiderne, er der, ud over drama, livsstil og film, henvisninger til programmer inden for kategorierne udland, aktualitet og undervisning.

Kanalundersiderne for DR1, DR2, DR K og DR HD præsenterer med billeder, tekst og genreopdelte programoversigter den enkelte kanals indhold. For DR1, DR2 og DR K gælder, at kanalsiderne har veludbyggede menuer i skærmens venstre side, hvorfra brugeren kan klikke sig ind på genreopdelte undersider. For DR1 er der eksempelvis tale om kategorierne *nyheder*, *forbrugere*, *børn*, *unge*, *serier* og *film på DR1*. For DR K tæller kategorierne *kommer på DR K*, *gense udsendelser*, *Super16* og *musik*, men der er også links til undersider for DR Ks programserier som *Ordkraft* og *Kunstquiz*. Også DR2 har en varieret programmenu, hvorimod der på DR HDs kanalside blot henvises til henholdsvis fakta og fiktion i HD, og ellers kan findes informationer om kanalens profil og tekniske krav for at kunne se indholdet i HD. For tre ud af de fire undersider for kanaler målrettet de voksne seere er der altså tale om veludbyggede undermenuer, omend de tager sig forskelligt ud fra kanal til kanal, og der ikke er fundet et fælles design i opbygningen af sidernes layout. Det har desværre ikke været muligt at få adgang til DR Ramasjangs underside fra DR TV i 2010. Den side, der loades i Netarkivet, er ufuldstændig, men bærer præg af en afspiller og undermenuer for børneindholdet.

I menuen på forsiden kan brugeren også klikke sig ind til ikke-kanalrelaterede sider. Disse tæller en side med hjælp til at benytte DRs online tv-tjeneste, en side med links til alle DRs programmer, der kan afspilles på DR NU, en side med DRs podcasts, en oversigtsside over alle programundersider for DRs tv-programmer, en side med programoversigter for DRs tv- og radiokanaler samt en side med overskrifter og sidetal for DRs tekst-tv. Menupunkterne bærer navne som *dr.dk tv direkte links*, *Tv-programmer* og *Programoversigt*, og de fungerer som portaler for talrige andre undersider. Det er ikke videre gennemskueligt, hvilke undermenuer der rumme hvilke sider, links og indhold.

Forsiden af DR TV var i 2010 holdt i et meget rent design, der ikke er præget af detaljer, men fremstår simpelt og funktionelt (omend det, som angivet ovenfor, kan være vanskeligt at afkode, hvilket indhold der er placeret hvor). Hvor forsidens farveskala er hvid, lysegrå og grøn, har den enkelte kanalunderside sin egen farvekode, således at DR1 er rød, DR2 blå, DR K lilla og DR HD sort. Dermed bistår farverne brugeren i at identificere, hvor i DR TVs udbud han/hun befinder sig. Det enkelte programs side er tilpasset programmets indhold og stil gennem grafik og undermenuer, men gør ikke brug af kanalernes farvekoder. Dermed knyttes programmerne ikke visuelt til den kanal, de sendes på. Fortolkes disse valg ud fra et branding-perspektiv fremstår det som, at DR i 2010 ikke arbejder med at samle og ensrette de forskellige visuelle udtryk i forhold til moder-brand (DR eller DR TV), kanal-brand og program-brand. Farvekoderne kunne med fordel være gennemgående, for på den måde at understøtte strukturen i den noget komplekse webside-opbygning.

For nogle af programmerne gælder, at der er mulighed for interaktion på deres individuelle sider, mens der for andre programmer ikke er sådanne muligheder. Eksempelvis kan brugeren skrive en hilsen på *Bonderøvens* væg eller i *Borgens* gæstebog og tage en test og beregne sit BMI på *Ha' det godts* side. På disse programsider er der links til de sociale netværksmedier Facebook, Twitter, Messenger og MySpace samt til Google og email, så det er muligt at dele indholdet og følge programmerne på andre platforme. Derimod var det i 2010 ikke muligt at personalisere indholdet på DR TV gennem et personligt log-in. Afslutningsvis skal nævnes, at der findes links på forsiden såvel som på undersiderne til, hvordan brugeren kan få hjælp med online-tjenesten eller kontakte DR.

Eftersom det ikke har været muligt for mig at studere DR TVs indhold over en hel uge i 2010 (jf. kapitel 2), vil jeg være varsom med at konkludere ud fra de indholdsmæssige prioriteringer på forsiden. Af analysen fremgår dog, at DR TV i 2010 var en tjeneste med et bredt udbud af catch up-programmer og en række andre (informative) services. Men uklare overskrifter, et visuelt udtryk der ikke var gennemført og det at kun DR1 og DR2 fremhæves

på forsiden bevirker, at tjenestens tilbud fremstår noget ugennemarbejdet og ikke som en samlet og målrettet indsats på en selvstændig platform. I stedet bærer den præg af at være et mindre prioriteret *supplement* til de lineære tv-kanaler.

7.3.2 DR TV i 2015

I 2015 er det stadig muligt at se programmer som catch up og live streaming på DR TV, men på en række parametre har siden undergået væsentlige forandringer i forhold til 2010. Helt overordnet kan konstateres, at siden er blevet langt mere omfattende i 2015 med 49 fremhævede programmer mod de otte, der blev præsenteret i 2010. Derudover er sidens layout blevet udviklet, både i forhold til de menupunkter, brugeren kan vælge imellem, og i den måde hvorpå indholdet er struktureret. Det er ambitionen med dette afsnit at dokumentere, hvorledes DR er blevet en mere synlig kurator i struktureringen af indholdet i 2015, end tilfældet var i 2010. Som vigtigt supplement til den egentlige analyse af DR TV-siden vil det interview, jeg i foråret 2016 foretog med DRs digitale planredaktør Christian Boye-Roed, blive benyttet som kilde til at belyse de bagvedliggende ambitioner med sidens opbygning.

Figur 7.3 illustrerer DR TV-forsidens interface i uge 46 i 2015. Som det fremgår af figuren, består DR TV i 2015 af en række forskellige sektioner arrangeret vertikalt. Øverst findes to horisontalt orienterede menuer: en der refererer til DRs samlede online-univers og herunder en menu, der er knyttet til DR TV-tjenesten. De tre funktioner *Senest sete*, *Favoritter* og *LOG IN*, der figurerer herunder, er knyttet til personaliseringen af DR TV.

Den øverste programsektion på DR TV-siden i 2015 er, hvad Christian Boye-Roed betegner som *karrusellen* eller *mangfoldighedskarrusellen*. Den består af op til fem elementer, eller hvad den digitale planredaktør kalder spots (et still-billede fra en tv-udsendelse samt programtitel og en rubrik med en fængende tekst), der hver vises i fem sekunder ad gangen, inden det næste element vises – heraf navnet karrusellen. Ligesom det gælder for elementer placeret længere nede ad den vertikale akse, en webside består af, gælder også for karrusellen, at det er af stor betydning, hvilken placering en programhenviisning får. Nummer 1 og nummer 2 i karrusellen er blandt de bedste placeringer på siden, idet det vil være de mest iøjenfaldende elementer for brugerne, mens en placering som nummer 4 eller 5 er mindre gunstig, eftersom de fleste brugere vil have scrollet videre ned ad siden, før disse spots bliver synlige.

Boye-Roed fortæller om karrusellen, at den adskiller sig fra resten af elementerne på DR TV-siden ved at have kanallogoer på hvert spot. Det er ifølge den digitale planredaktør en løbende diskussion, hvorvidt der skal være kanallogoer på programhenviisningerne på DR TV, men på dette tidspunkt er det altså kun på karrusellens spots, logoerne benyttes. Samtlige programspots på DR TVs forside fungerer som et link til en underside, hvor der findes programinformationer, og hvor programmet kan afspilles fra. På denne underside findes et lille logo, der viser hvilken kanal programmet oprindeligt er sendt på.

Foruden karrusellen findes tre sektioner på DR TVs forside, hvor DRs kuratering af indholdet træder tydeligt frem. Det drejer sig om sektionerne *anbefalet*, *temaer* og *repremierer* (hvor de to sidstnævnte sektioner har disse overskrifter på DR TVs forside, gør dette sig ikke gældende for *anbefalet*, og betegnelsen har jeg i stedet fra Boye-Roed). For anbefalet-sektionen gælder, at den er placeret højt oppe på forsiden af DR TV, og programmerne i denne kategori opnår dermed en yderst gunstig placering på linje med karrusellen. De fem programmer i *anbefalet* skiftes som udgangspunkt dagligt, omend enkelte programmer tildeles et spot flere dage i træk eller kommer igen senere på ugen (sidstnævnte gælder DR1-livsstilsprogrammet *Livets opskrift*, der onsdag er tildelt *anbefalet stor* og lørdag optager et af de mindre anbefalet-spots, dog med et andet billede). Der er primært tale om programmer, der er vist de foregå-

DR.DK	Nyheder	TV	Radio	Mere...	Privatlivspolitik	Søg på dr.dk
DR TV	Programmer	LIVE-TV	TV-OVERSIGT	BØRN	Søg i DR TV	
Senest sete					Favoritter	LOG IND
"Karrusellen"						
Anbefalet stor				Anbefalet	Anbefalet	
				Anbefalet	Anbefalet	
+ VIS FLERE						
SE LIVE TV						
DR1		DR2			DR3	
DR K		DR Ramasjang			DR Ultra	
Tema overskrift					SE ALLE TEMAER	
Tema stor				Tema	Tema	
				Tema	Tema	
+ VIS FLERE						
MEST SETE			VIS: Alle programmer		DR1	DR2
					DR3	DR K
Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot
Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot
+ VIS FLERE						
SENESTE NYHEDER						
Seneste nyheder stor				Seneste nyheder	Seneste nyheder	
				Seneste nyheder	Seneste nyheder	
+ VIS FLERE						
REPREMIERER					SE ALLE TEMAER	
Repremiere stor				Repremiere	Repremiere	
				Repremiere	Repremiere	
+ VIS FLERE						
SIDSTE CHANCE						
Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot
Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot	Programspot
+ VIS FLERE						
DR TVHJÆLP OG KONTAKT			DR TV Information		Tekst-TV	

Figur 7.3: DR TV-forsidens interface, uge 46 i 2015.

ende dage i prime time (se i øvrigt afsnit 7.5.3 om hvilke programmer, der fremhæves i anbefalet-sektionen).

I *tema*-sektionen fremhæves fem programmer, der alle relaterer sig til et givent tema. I uge 46 i 2015 er temaet højdepunkter fra dokumentarfilmfestivalen CPH:DOX, men temaet kan også omhandle en person, der er aktuel af den ene eller den anden årsag, eller det kan tage udgangspunkt i et omdiskuteret eller succesfuldt program og således fungere som 'mere for de interesserede-kategori'. Ifølge Boye-Roed er det ofte DRs dramaserier, der er at finde i *repremierer*-sektionen, og i uge 46 i 2015 er to af de fem spots da også udfyldt af ældre DR-dramaserier. *Repremierer*-sektionen benyttes eksempelvis til at vise en foregående sæson, inden en ny sæson sendes på de lineære kanaler, og således kan on demand-tjenesten understøtte indholdet på de lineære tv-kanaler. Der finder ikke udskiftninger sted i hverken tema- eller repremierer-sektionen i løbet af ugen i 2015.

Som Johnson (2017, 127) beskriver, rummer en internet-distribueret tv-tjeneste forskellige tv-oplevelser på samme tid. Under de anbefalede programmer, med overskriften "Se live tv", findes links til hver af DRs seks tv-kanaler; øverst DR1, DR2 og DR3, herunder DR K, DR Ramasjang og DR Ultra. Hvert link er udformet således, at kanalens logo er vist, det igangværende programs titel fremgår, et klokkeslæt angiver hvornår programmet er påbegyndt, og på en bjælke illustreres, hvor langt ind i udsendelsen man er nået på det givne tidspunkt. Derudover fremgår starttidspunkt og titel for den kommende udsendelse på hver kanal. Herved integreres de to former at se tv på online – on demand og live streamet – i interfacet, og live streaming-funktion har en god placering relativt højt oppe ad den vertikale akse med informative links.

De resterende sektioner på forsiden er af blandet karakter: *Mest set*, der følger under tema-sektionen, fungerer som et brugeranbefalingssystem, som det også findes på kommercielle tjenester som Netflix og på dagblade og andre nyhedstjenesters websider (i form af *mest læste*). To sektioner har karakter af egentlige catch up-programmer, nemlig *Seneste nyheder* og *Sidste chance*. Programmerne er stadig kuraterede, idet de er udvalgt og fremhævet, men det fremstår som, at udvælgelsen er foretaget ud fra en tidsfaktor frem for en indholdsmæssig faktor. Det gælder i øvrigt, at det er muligt at få vist flere programmer inden for hver kategori på DR TVs forside, bortset fra karrusellen. Denne funktion indikerer, at det faktiske programkatalog er omfattende, men at DR som afsender har udvalgt specifikke programmer af særlig relevans – med andre ord: at man kuraterer indholdet. Endelig findes, nederst på siden, links til en hjælpe-funktion vedrørende DR TV, til mere information om tjenesten og til DRs tekst-tv foruden generelle henvisninger til indholdet på dr.dk's andre sider.

Som det fremgik af kapitlets indledende teoriansnit, hører det til on demand-tv's karakteristika, at der er en grad af interaktivitet og personalisering af indholdet. At kunne søge i indholdet er en simpel funktion, men dog en funktion, der klart adskiller on demand-tv fra det lineære tv. I den horisontale menu øverst i skærbilledet (som fastholdes uanset hvilken underside brugeren befinder sig på) findes flere søgefunktioner - både til det samlede indhold og til programkataloget. Foruden fritekstsøgning kan brugeren søge ud fra parametrene kanal, genre og begyndelsesbogstav, om programmerne kan ses uden for Danmarks grænser samt graden af tilgængelighed (oplæste undertekster, syns- og tegnsprogstolkning). Derudover findes, i den overordnede menu, et link til streaming af live-tv, et link til en traditionel programoversigt⁷² samt et link til børneindholdet på DR TV. I modsætning til 2010 er der i 2015 ikke en side dedikeret den enkelte kanal for de voksne målgrupper.

⁷²Programoversigten er dog interaktiv i den forstand, at brugeren selv kan vælge kanaler og dato for de viste programmer.

I sin analyse af ITV Hub beskriver Johnson (2017, 131–132), at det er begrænset, hvad der findes af muligheder for interaktion, men hun nævner som eksempel på en interaktionsform, at brugerne kan dele links til udsendelserne på forskellige sociale medier. En tilsvarende funktion findes på DR TV, når brugeren har klikket på et spot og er kommet ind på siden, hvorfra det enkelte program afspilles. Her findes en dele-funktion med links til at dele udsendelsen eller dennes sendetidspunkt per email, på Twitter og på Facebook, altså grundlæggende samme funktion som i 2010, men med links til færre medier. Johnson skriver om denne dele-funktion, at brugeren herved kommer til at optræde som markedsfører for tjenesten (ibid., 17), og det er da også mere markedsføring end egentlig interaktion, DRs dele-funktion fremstår som. De enkelte programmer har ikke længere undersider på DR TV, hvor brugeren, som i 2010, kan interagere i form af at skrive kommentarer eller tage tests mv. I stedet har kanalerne (og nogle programmer) profiler på Facebook og Twitter, hvor brugerne kan kommentere og dele indholdet. Ensretningen af programsiderne bevirker, at tjenesten fremstår langt mere samlet og strømlinet i 2015 end i 2010.

I 2015 kan brugere af DR TV oprette en profil og logge ind på denne, når tjenesten tilgås. Log-in er muligt på tværs af platforme, men det er ikke et krav for at kunne benytte DR TV (i modsætning til eksempelvis britiske ITV Hub og All 4 (Johnson 2017, 135) og abonnementstjenester på det danske marked som TV 2 Play og Viaplay), hvilket skal ses i forlængelse af det princip, at der skal være fri og uhindret adgang til DRs indhold (Madsen 2015). Ifølge DR selv er der to fordele ved at logge på tjenesten ved brug: For det første kan brugeren markere programmer, denne ønsker at se på et senere tidspunkt. For det andet husker DR TV, hvad der senest er set, så hvis man stopper midt i et program, kan man vælge at fortsætte afspilningen næste gang man logger ind, uafhængigt af platformen ("Hjælp til DR TV" u.å., tilgået 7/6 2016). Hverken forsiden eller de forskellige undersider ændrer indhold, hvis brugeren er logget ind: Personaliseringen af tjenesten påvirker altså ikke det viste indhold.

Afslutningsvis skal det æstetiske udtryk på DR TV i 2015 kort belyses. Skønt antallet af spots på forsiden er seksdoblet fra 2010 til 2015, fremstår forsiden af DR TV i 2015 overskuelig med sin emneinddeling. Billederne i de talrige spots er naturligvis nøje udvalgt til at fremstå imødekomende, og de rubrikttekster, der ledsager de store spots på siden, skal vække brugerens interesse for indholdet, men er holdt så kortfattede, at de ikke forstyrrer overskueligheden. Idet der ikke er forskel på layoutet afhængigt af, hvilken kanal eller hvilket program der søges på, fremstår tv-indholdet i højere grad som et samlet udbud, hvor de seks forskellige kanalprofiler nedtones til fordel for en fælles, standardiseret form.

7.3.3 Sammenligning mellem DR TV i 2010 og 2015

I en sammenligning mellem interfacet på DR TVs forside i 2010 og 2015 vil jeg fremhæve fire forhold. For det første er DRs indholdsmæssige kuratering langt mere eksplicit i 2015 end i 2010. *Karrusellen*, *anbefalet*, *tema* og *repremierer* er alle kategorier, hvor DR som afsender har udvalgt specifikke programmer, der fremhæves, hvormed brugerens færden i det samlede programkatalog til en vis grad styres. I 2010 forekom kurateringen mere tilfældig, og den var slet ikke så omfattende. For det andet er det interessant, at DR giver live-indholdet på samtlige kanaler så god en placering i 2015. Hvor DR TV i 2010 i udpræget grad var en catch up-tjeneste, spiller live-streamingen en større rolle i 2015. Ved at tydeliggøre live-tilbuddet kan DR føre de lineære kanaler videre i overensstemmelse med den ændrede mediebrug og favne både dem, der kombinerer sening på de lineære kanaler og streaming-tjenesterne, og dem der er dedikerede streamere. Det tredje forhold, jeg vil fremhæve, er online-tjenestens *added value*-tilbud. I 2010 var der udelukkende catch up-programmer og links til live streaming-afspilleren på

DR TVs forside, mens enkelte programundersider rummede forskellige interaktionsmuligheder. I 2015 er disse muligheder minimeret og ensrettet. Derimod rummer tjenesten i 2015 flere former for tv-oplevelse, idet der, ud over repremiererne, i uge 46 også figurerede to forpremierer, tirsdag og søndag, der præsenteres i karrusellens spots. Som jeg har nævnt, er der i 2018 yderligere kommet fokus på at tilbyde *added value* i form af indhold, der er unikt for online-tjenesten. Og endelig, for det fjerde, betyder det større antal programmer, der præsenteres på DR TVs forside i 2015, at flere målgrupper kan adresseres end gennem de otte programspots i 2010.

7.4 Begrænsningerne i DR TVs rammevilkår

I afsnit 7.1 beskrev jeg, hvordan en række tidsmæssige begrænsninger for indholdet på DR TV bevirker, at catch up-funktionen er central for streaming-tjenesten. DR beskriver på sin hjemmeside selv DR TV som: "(...)en tjeneste, hvor du kan se DRs tv-kanaler live, og i en begrænset periode se programmerne 'on demand'" ("Hjælp til DR TV" u.å., tilgået 7/6 2016). Reglerne for hvor længe tv-programmerne kan tilgås on demand, er forskellige, afhængigt af om det er egenproduktioner eller indkøbte programmer, og hvem målgruppen er. Hvor nogle af begrænsningerne i DR TVs liggetider skal findes i de rettighedsaftaler, DR indgår med distributionsselskaberne, er det også en politisk beslutning, at der er grænser for, hvilket indhold der skal være tilgængeligt og hvor længe. Nærmere bestemt er det i den mediepolitiske aftale for 2015–2018 slået fast, at:

"DR skal fortsat gøre DR's radio- og tv-programmer tilgængelige på internettet ved samtidig distribution (simulcast) og on demand. Indkøbte udenlandske bredt populære biograffilm må dog ikke stilles til rådighed on demand, og indkøbte europæiske film samt afsnit af udenlandske fiktionsserier, som ikke er DR-entrepriseproduktioner, må alene stilles til rådighed i en periode på 8 dage efter visningen" ("Mediepolitisk aftale for 2015–2018" 2014, 3).

Som det fremgår af citatet, rammer disse begrænsninger det traditionelt populære indhold: udenlandsk fiktion. Samtidig er DRs egenproducerede indhold dog også underlagt begrænsninger: DRs egenproduktioner er som hovedregel tilgængelige i 30 dage efter at de er blevet sendt, mens det for dramaserierne gælder, at indholdet er tilgængeligt 30 dage efter at sidste afsnit er sendt på de lineære kanaler. For DR Ramasjang gælder, at programmerne kan ses i 90 dage ("Hjælp til DR TV" u.å., tilgået 7/6 2016). Indkøbte programmer er, som det fremgår af ovenstående citat, tilgængelige on demand i otte dage, mens andre hverken kan ses on demand eller live-streames (ibid.). I dette afsnit vil jeg gøre rede for DRs eget syn på DR TVs rammevilkår og hvilke ambitioner public service-institutionen har for tjenesten fremover. Derefter vil jeg belyse, hvilke konsekvenser rammevilkårene har for brugerne af de forskellige platforme i et public service-begrebsligt perspektiv.

7.4.1 DRs syn på DR TVs rammevilkår

Af mine interviews med DR-medarbejdere, som arbejder med indhold rettet mod de yngre målgrupper, lyder, at liggetidsreglerne for DR TV er en stor udfordring. Dette er naturligvis en konsekvens af, at de yngre målgrupper i stadig højere grad benytter online-tilbuddet frem for de lineære tv-kanaler. Som programindkøber for de to børnekanaler Regitze L.S. Heiberg forklarer: "(...)vi har længe haft catch up som en ekstra service. Men nu er det ikke en ekstra service mere, nu er det servicen" (Interview med Regitze L.S. Heiberg, 10/3

2016). Kanalcheferne Irene Strøyer og Morten Skov Hansen, beskriver begge, hvordan der på DR3, DR Ultra og DR Ramasjang tænkes i 360 gradersfortællinger, hvor den lineære tv-kanal blot er en ud af flere platforme, indholdet udkommer på (Interviews med Irene Strøyer og Morten Skov Hansen, henholdsvis 5/2 og 8/2 2016). Og ifølge Morten Skov Hansen er der en klar diskrepans mellem, hvad DR må inden for de mediepolitiske rammer, og hvad befolkningen ønsker og forventer (ibid.). Diskrepansen kommer, ifølge Hansen, til udtryk i det antal henvendelser, DR får fra utilfredse seere og brugere, der ikke kan forstå, hvorfor indholdet ikke er tilgængeligt i længere tid.

På sin hjemmeside om DR TV angiver DR selv, at man har en ambition om at sikre flere rettigheder til online-visninger: ”DR arbejder på, at flest mulige programmer, som sendes live, også kan ses som on demand, ligesom DR arbejder på at lave aftaler der sikrer, at alle film kan ses live” (”Hjælp til DR TV” u.å., tilgået 7/6 2016). Denne ambition kommer også til udtryk i den redegørelse for befolkningens brug af on demand-tjenester og de foreløbige erfaringer med tilrådighedsstillelse af programmer på DR TV, DR publicerede i forsommeren 2017. Redegørelsen udpeger, hvilken kurs DR ønsker at lægge for udviklingen af sin streaming-tjeneste og indikerer samtidig, hvilke konflikter der er i forhold til det eksisterende tilbud. Et centralt element i redegørelsen er netop liggetidsreglerne. I redegørelsen bliver det pointeret, at den nuværende mediepolitiske aftale, og dermed de nuværende regler for programmernes liggetider på DR TV, trådte i kraft i 2015, hvor Netflix blot havde været på det danske marked i to år (DR 2017b, 1). Og som følge af den udvikling der sidenhen er set, både i forhold til markedet og befolkningens medievaner, ønsker DR, at DR TV skal gøres til: ”(...)et ligeværdigt tilbud, der fungerer i sin egen ret på mediets præmisser(...)” (ibid., 20). Heraf fremgår, at DR anno 2017 opfatter DR TV som et sekundært tilbud. At dette blandt andet kan tilskrives de gældende begrænsninger, fremgår når DR i redegørelsen fremsætter en anbefaling til den kommende public service-kontrakt for 2019–2023: ”(...)at udenlandsk fiktion der er produceret til eller af en public service-institution kan gøres tilgængeligt på DR TV uden begrænsninger i forhold til liggetider” (ibid., 4). I den mediepolitiske aftale, der danner grundlag for public service-kontrakten, er denne anbefaling imødekommet med den begrundelse, at man vil ”(...)opfylde streaming-brugernes naturlige forventninger(...)” (”Mediaaftale for 2019–2023” 2018). De øvrige indholdsmæssige begrænsninger for live-streaming og on demand ændrer den nye mediaaftale dog ikke på.

7.4.2 DR TVs begrænsninger i et brugsmæssigt og public service-begrebsligt perspektiv

For DR TV gælder altså, at der er både tids- og indholdsmæssige begrænsninger. Sammenholdes begrænsningerne med streaming-mediets muligheder bliver resultatet, at hvor DR TV tidsmæssigt er en bedre betjening af seerne med sine on demand-muligheder, er den i et indholdsmæssigt perspektiv en dårligere tjeneste end de lineære tv-kanaler, når disse tilgås via et traditionelt tv-apparat.

Som jeg allerede har beskrevet, gør en on demand-tjeneste brugeren uafhængig af programlægning og sendeplaner, når indholdet kan tilgås på det tidspunkt, brugeren måtte ønske. Den politisk fastlagte begrænsning af liggetiderne bevirker, at DR TV bliver en catch up-tjeneste frem for en tidsbegrænset on demand-tjeneste. I sammenligning med en lineær kanal, hvor seeren må vente på et givent tidspunkt i sendeplanen, før en eventuel genudsendelse vises, øger catch up-muligheden på DR TV markant seerens horisontale valgmulighed. Men DR TV (og andre public service-institutioner⁷³) er stillet markant dårligere end de kommercielle tjenester

⁷³Ifølge Hildén (2013) er tilgængelighedsreglerne generelle for de nordiske lande, og flere af dem går igen

på markedet, for hvem en visningsret (som hovedregel) er permanent⁷⁴. Disse ulige vilkår gør sig i særdeleshed gældende, når ikke engang DRs egenproduktioner (som DR dermed selv ejer) må tilgængeliggøres i mere end maksimalt 90 dage.

Af det foregående afsnit fremgik, at DR TV ifølge DR selv er et sekundært tilbud, men at man ønsker at gøre op med dette. En måde hvorpå DR TV kan blive et ligeværdigt tilbud, er ifølge DRs redegørelse, at alle genrer er tilladte på DR TV. Som det fremgik af afsnit 7.4 må ”indkøbte udenlandske bredt populære biograffilm ikke stilles til rådighed on demand” ifølge den mediepolitiske aftale for 2015–2018, ligesom enkelte film ikke kan ses live via DR TV. DR begrundet sit ønske om at kunne vise alle genrer på DR TV med, at man: ”(...)dermed fortsat [vil] kunne udnytte det faktum at nogle programmer har en større tiltrækningskraft end andre til at kunne henvise fra disse programmer til andre programmer” (DR 2017b, 20). Denne argumentation trækker på flow-teorien, som vi kender den fra de lineære tv-kanaler med blandet programindhold, hvor populære og underholdende programmer anses for at kunne fastholde seerne til eksempelvis nyhedsudsendelser og debatprogrammer.

At specifikke genrer ikke må vises eller stilles til rådighed som catch up-programmer på DR TV, har to konsekvenser. For det første er det en uhensigtsmæssig begrænsning for brugeren, og for det andet er det en ændring af den brede public service-forståelse, man hidtil har opereret med i forhold til DRs virke. De politiske argumenter for den indholdsmæssige begrænsning er konkurrencebetonede (se eksempelvis ”Medieaftale for 2019–2023” 2018, 1). Men konkurrencesituationen mellem de offentlige og private medier må ses i forhold til mediebrugens udvikling, hvor stadigt flere i især den yngre del af befolkningen ikke ejer et traditionelt tv-apparat, men ser deres tv-indhold via en computer eller et smart-tv. For disse brugere er der indhold, der slet ikke stilles til rådighed, alene som følge af platformen. Ganske vist kommer der, som beskrevet i afsnit 7.1 stadigt flere tilbud om indhold, der er unikt for DR TV. Dog er der tale om indhold inden for genrer, der allerede er tilladt på DR TV (eksempelvis dokumentarer), mens der altså bliver andre genrer, man som online-tv-seer ikke har adgang til. Resultatet af de genremæssige begrænsninger bliver, at der er forskel på, hvori public service-indhold består afhængigt af hvilken platform det tilgås fra: Public service-tv er genremæssigt smallere, når dette ses online, end det er på de lineære kanaler på et traditionelt tv-apparat.

7.5 Relationen mellem DR TV og de lineære tv-kanaler

Hvor jeg tidligere har betonet forskellen mellem online-tv og det traditionelle lineære tv, vil jeg i dette afsnit undersøge, hvilken betydning DRs lineære tv har for streaming-tjenesten. Jeg vil foretage undersøgelsen ud fra tre dimensioner: Først vil jeg analysere, hvilken rolle de lineære kanaler spiller på og for DR TV. Dernæst vil jeg belyse, hvorledes flow-egenskaberne fra de lineære tv-kanaler søges overført til DR TV. Og endelig vil jeg undersøge, hvilke programmer der prioriteres på streaming-tjenesten i forhold til indholdet på de lineære kanaler, og hvad dette siger om DR TVs målgruppe.

Jeg vil udelukkende fokusere på DR TV i 2015. Årsagen til dette er for det første, at DR TV blot er arkiveret en enkelt dag i Netarkivet i uge 46 i 2010, således at datagrundlaget bliver for spinkelt til at drage valide konklusioner. For det andet understøtter mine interviews kun strategierne i 2015. Og for det tredje var DR TV mere udviklet i 2015 end i 2010, så nogle af de funktioner, jeg vil belyse, eksisterede ikke i 2010.

blandt flertallet af de europæiske tv-selskaber.

⁷⁴På HBO Nordic figurerede i april og maj 2017 kategorien *Sidste chance: bliver fjernet i maj måned* indeholdende 29 titler.

7.5.1 Kanalernes betydning på DR TV

Som det er fremgået af de foregående kapitler, er der i DR en klar bevidsthed om, hvilke programmer der kan sendes på hvilke(n) af de lineære kanaler som følge af den enkelte kanals profil. At have en platform som DR TV, hvor ikke blot alle kanaler kan ses, men hvor også flertallet af de sendte programmer lægges op, får som konsekvens, at kanalernes rolle ændrer karakter. Overordnet set kan programmernes liv online tænkes ud fra en skala, hvor det ene yderpunkt er, at programmerne præsenteres i tilknytning til den kanal, de er blevet eller vil blive sendt på, og det andet yderpunkt er, at programmerne figurerer i en database, hvor det er andre søgeparametre end kanalerne, der gør sig gældende. Som det er fremgået af ovenstående analyser, har DR placeret sig et sted midt imellem disse to yderpunkter med DR TVs struktur i 2015. I øvrigt gælder, at kanalerne kan benyttes som parameter for programsøgning, men det er også muligt for brugeren at tage udgangspunkt i genre eller slet og ret begyndelsesbogstav. Hvor hver kanal i 2010 havde en underside på DR TV, var disse i 2015 nedlagt. Denne udvikling peger på, at DR ønsker at give online-tv-platformen en mere selvstændig funktion. Brugen af logoer på DR TV illustrerer dog, hvordan der er en uafklarethed i forhold til de lineære kanalers betydning for indholdet på online-platformen.

Kanalernes logoer har traditionelt spillet en betydelig rolle i forhold til programmernes tilknytning, eftersom kanallogoerne er et fast element på skærmen på de lineære kanaler. Et kanallogo gør det nemt for seeren at afkode, hvor i udbuddet et givent program befinder sig: Er det et grænsesøgende DR3-program, et børnevenligt DR-Ultra-program eller et intellektuelt DR K-program, for at sætte det på spidsen. DR TV har sit eget logo, men som beskrevet anvendes de lineære kanalers logoer stadig på programspottene i karrusellen, og de resterende spots på forsiden er uden logoer. Et kanallogo kan naturligvis skræmme brugere væk fra et program på DR TV, ligesom der vil være seere, der aldrig benytter sig af specifikke lineære kanaler grundet (en forestilling om) programmernes indhold og form. I den omfattende programpræsentation, DR tilbyder på DR TVs forside, kan et logo dog fungere som brugerens visuelle pejlemærke i et ellers uoverskueligt udvalg. Så når der ikke figurerer logoer på DR TVs 44 resterende programspots, kan det have den konsekvens, at det bliver vanskeligere for brugeren at orientere sig i udbuddet på DR TV.

Den uens brug af kanallogoer på DR TV afspejler en større usikkerhed om, hvad overgangen fra de lineære kanaler til on demand-systemet får af betydning for programmernes og kanalernes rolle og indhold. Ifølge Gitte Rabøl har det nemlig stor betydning for det enkelte programs indhold og udtryk, at det er produceret til en specifikt kanal:

”Du ville aldrig producere nogle programmer, der kunne det samme, hvis du bare skulle producere dem ind i DR TV, for du producerer på en bestemt måde, hvis du ved at det er til DR2 eller til DR3. Så får programmet den skarphed og den *flavour*, de skal have for også at klare sig digitalt” (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016).

Af citatet kan udledes, er det stadig de lineære kanaler, der betragtes som udgangspunktet for DRs tv-virksomhed, ikke DR TV. Online-platformen indtager endnu ikke en selvstændig rolle – til trods for at der i stigende grad tilbydes ’noget ekstra’ på platformen i forhold til udbuddet på de lineære kanaler. Henrik Birck benytter betegnelsen *service-brand* om DR TV for at udtrykke, at der ikke er tale om, at tjenesten skal have sin egen profil, men skal kunne favne hele udbuddet fra de i forvejen eksisterende kanaler og brands (Interview med Henrik Birck 18/3 2016). I takt med at flere af DRs brugere helt forlader de lineære kanaler, vil det dog blive nødvendigt for DR at finde en måde at kuratere indholdet, så det sikres, at den ramme om programmerne, kanalen i dag tilbyder, kan varetages på anden vis.

7.5.2 Flow på DR TV

Som det fremgik af kapitel 6, anses det stadig for vigtigt for seerfastholdelsen og seerstyringen at tilrettelægge en programflade med et flow. Siden efteråret 2015 har DR TV søgt at imitere flow-effekten fra de lineære kanaler. Det sker ved, at man har introduceret en såkaldt *binge-funktion*, hvor andre programmer bliver foreslået, når brugeren har set en udsendelse til ende på DR TV. Ved at foreslå udvalgte programmer træder DR i karakter som kurator. Ifølge Christian Boye-Roed gør man sig en del overvejelser i DR i forhold til, hvilket indhold brugeren skal præsenteres for i *binge*-funktionen: Man skal ramme et balancepunkt mellem på den ene side at tilbyde brugeren indhold, denne interesserer sig for (det vil typisk være 'mere af det samme'), og på den anden side at stimulere brugen af et alsidigt og mangfoldigt udbud ved at præsentrere brugeren for indhold, denne ikke nødvendigvis selv ville vælge (Interview med Christian Boye-Roed, 21/3 2016).

I praksis fungerede *binge*-funktionen i foråret 2016 dog således, at de foreslåede programmer først og fremmest er næste afsnit i en serie eller andre programmer i et tema, hvis det oprindelige program altså er en del af en serie eller et tema. Hvis ingen af disse tilfælde gør sig gældende, vil brugeren få foreslået de programmer, der er placeret i karrusellen på det givne tidspunkt. Selvom karrusellen rummer programmer fra forskellige kanaler, er der ikke i udpræget grad tale om, at brugeren præsenteres for et udbud, denne ikke selv ville have fundet, eftersom det ofte er brede prime time-programmer, der vises i karrusellen. *Binge*-funktionen bliver ikke det samme som den blandede programflade på en bred flow-kanal, funktionen imiterer, men fremstår som en krydsning mellem et 'mere af det samme-tilbud' og programhenvisningerne på DR1 i prime time. Ifølge den digitale planredaktør har *binge*-funktionen ikke haft den store effekt på antallet af sidevisninger på DR TV: Der bliver ikke umiddelbart set flere programmer, skønt brugerne adresseres mere målrettet. Jeg mener, at den manglende effekt kan tilskrives to forhold, hvoraf det første knytter sig specifikt til flow-oplevelsen, mens den anden vedrører den form for mediebrug, der knytter sig til streaming-tjenester.

Johnson (2013b) ser en tæt sammenhæng mellem flow-opbygning på en kanal og programmellemrummene, fordi det er i programmellemrummene, tv-selskaberne har bedst mulighed for at adressere seerne og dermed fastholde dem. Ifølge Johnson er disse mellemrum især vigtige for public service-kanaler med blandet udbud, fordi programomtalerne fungerer som et mikrokosmos, der udstiller det varierede udbud og inviterer seerne til nye oplevelser (ibid., 16). På en online-plattform findes ingen programmellemrum, og ingen kanalstemme kan adressere seerne med informationer og interessevækkende programomtaler. Seeren er overladt til sig selv, og uagtet DRs visuelle kuratering mangler kanalstemmen til at etablere et flow mellem de forskellige (typer af) programmer.

Samtidig er det værd at holde sig for øje, at det lineære tv-medie har andre logikker end en streaming-tjeneste: Hvor en lineær kanal med flow-opbygning i programfladen opfordrer til det at 'se tv', lægger streaming-tjenestens programkatalog i højere grad op til, at brugeren udvælger og ser et specifikt program. At *binge*-funktionen overhovedet er blevet introduceret på DR TV tyder på, at DR har fundet det nødvendigt at forsøge at fastholde seerne på platformen til mere end et enkelt program. Som nævnt arbejder man fra DRs side på at udvikle en såkaldt public service-algoritme, der i højere grad end *binge*-funktionen kan målrette indholdet. Mens det naturligvis kan og bør diskuteres, hvorledes personalisering af indhold harmonerer med DRs forpligtelser på alsidighed og mangfoldighed, er det værd at holde sig for øje, at der følger andre brugsmønstre med det internet-distribuerede tv end med de traditionelle lineære kanaler. Derfor må der udvikles nye metoder til at lede seerne rundt i det brede programudbud som erstatning for det lineære flow.

7.5.3 Programprioritering på DR TV

Af kapitel 6 fremgik, at når et program vurderes som værende af stor betydning, hvad end det er for den brede befolkning eller for de smallere segmenter, så placeres det i en kanals prime time. Centrale genrer og store satsninger, såsom nyheder, dramaserier og underholdningsshow, sendes oftest på hovedkanalen for at opnå den størst mulige seertilslutning. Men hvilke programmer opnår en central placering på online-tjenesten? Er det de samme programmer, der på de lineære kanaler placeres i prime time, altså typisk egenproduktioner og signaturprogrammer? Det vil jeg undersøge i dette afsnit gennem en analyse af anbefalet-sektionen. Som det fremgik af ovenstående analyse af DR TVs interface i 2015, er de mest gunstige spots på streaming-tjenestens forside i *karrusellen* og *anbefalet*. Desværre forholder det sig sådan, at det kun er to af karrusellens fem spots per dag, der er blevet arkiveret, hvilket skyldes en begrænsning i det benyttede arkiveringsredskab. Derfor er datamaterialet for spinkelt til at kunne drage konklusioner på i forhold til programprioriteringerne i karrusellen, og jeg vil derfor kun beskæftiger mig med anbefalet-sektionen.

Anbefalet	Anbefalet stor	Øvrige anbefalet
Mandag	<i>Nak & Æd</i> , DR2, sendt søndag kl. 21.00	<i>The Act of Killing</i> , DR K, forpremiere, sendes søndag d. 15/11 kl. 21.00 <i>Black Sails II</i> , DR3, sendt søndag kl. 21.00 <i>Pervert Park</i> , DR2, sendt lørdag kl. 21.10 <i>Europa på grænsen</i> , DR1, sendt torsdag kl. 20.30
Tirsdag	<i>Indefra med Anders Agger</i> , DR2, sendt mandag kl. 20.45	<i>Kender du typen?</i> DR1, sendt mandag kl. 20.00 <i>Flugten gennem tunnelen</i> , DR2, sendt mandag kl. 19.55 <i>Vice: Mord, kaos og meditation</i> , DR3, sendt mandag kl. 19.55 <i>The Act of Killing</i> , DR K, forpremiere, sendes søndag d. 15/11 kl. 21.00
Onsdag	<i>Livets opskrift</i> , DR1, sendt tirsdag kl. 20.45	<i>Børn alene på flugt</i> , DR2, sendt tirsdag kl. 20.00 <i>TV-Quizzen</i> , DR K, sendt tirsdag kl. 20.00 <i>Madmagasinet</i> , DR1, sendt tirsdag kl. 21.55 <i>De uartige kalkmalerier</i> , DR K, sendt tirsdag kl. 22.00
Torsdag	<i>På rejse med Riising og mor</i> , DR1, sendt onsdag kl. 21.00	<i>Homeland</i> , DR2, sendt onsdag kl. 21.35 <i>The Walking Dead</i> , DR3, sendt onsdag kl. 22.30 <i>Mig og 70'erne</i> , DR K, sendt onsdag kl. 21.30 <i>Videnskabsmagasinet</i> , DR3, sendt onsdag kl. 21.30
Fredag	<i>Arabiske billeder</i> , DR2, sendt onsdag kl. 23.15	<i>Kvinder, skø og magt</i> , DR K, sendt torsdag kl. 20.30 <i>Quizzen med Signe Molde</i> , DR2, sendt torsdag kl. 21.30 <i>Kærestesorgens DNA</i> , DR3, sendt torsdag kl. 21.30 <i>Monte Carlo elsker Jylland</i> , DR3, sendt torsdag kl. 22.00
Lørdag	DR2 tema, DR2, sendt lørdag kl. 20	<i>På grænsen</i> , DR3, sendt torsdag kl. 21.00 <i>Filmselskabet</i> , DR K, sendt torsdag kl. 21.00 <i>På rejse med Riising og mor</i> , DR1, sendt onsdag klokken 21.00 <i>Livets opskrift</i> , DR1, sendt tirsdag kl. 20.45
Søndag	DR2 tema, DR2, sendt lørdag kl. 20	<i>Crazy ex-girlfriend</i> , DR3, sendt lørdag kl. 19.55 <i>Frømandskorpset</i> , DR1, sendt mandag kl. 20.45 <i>Kærestesorger for dummes</i> , DR3, sendt onsdag kl. 22.00 <i>DR3 Dok: 7 dage på Lesbos</i> , DR3, sendt mandag kl. 20.45

Figur 7.4: *Anbefalet*-programmer på DR TVs forside i uge 46 i 2015.

Figur 7.4 viser hvilke programmer, der blev præsenteret i anbefalet-sektionen i uge 46 i 2015. Af oversigten fremgår, at DR2-programmer er tildelt anbefalet stor-spottet fem ud af ugens syv dage. De to resterende dage er det programmer sendt på DR1, der opnår den eftertragtede plads. Bortset fra fredagens *Arabiske billeder*, der er sendt onsdag kl. 23.15 på DR2, er der tale om programmer, der er sendt i prime time, og samtlige spots i *anbefalet stor* er med billeder fra egenproducerede udsendelser (indkøbte programmer indgik i DR2s tema-lørdag, men det viste billede er fra en DR-produktion). Af de øvrige spots i anbefalet-sektionen går ti til DR3, syv til DR K, seks til DR1 og fem til DR2. De to yngste kanaler målrettet de voksne seere synliggøres dermed i høj grad via spots med gunstig placering, omend de ikke figurerer på anbefalet-sektionens bedste plads. Flertallet af de anbefalede programmer er DRs egenproduktioner, og der præsenteres et varieret udbud af genrer.

Af oversigten fremgår den enkelte udsendelses sendetid, og det ses, at der bortset fra *Arabiske billeder*, der er sendt sidst på aftenen (men dog i forlængelse af DR2s signaturprogram *Deadline*), er tale om programmer med starttider mellem klokken 20 og 22.30, altså i prime time. Når der samtidig er en overvægt af egenproduktioner, gælder, at det er de samme programmer, der opnår god placering på de lineære kanaler, der fremhæves på DR TV i anbefalet-sektionen. En sammenligning med programhenvisningerne klokken 20.00 på de fire kanaler viser i øvrigt, at der er mange gengangere på tværs af de to platformes fremhævninger. Kun et fåtal af de programmer, der fremhæves i anbefalet-spottene, er der ikke blevet sendt trailers for i klokken 20.00-programmellemrummet i løbet af ugen.

På baggrund af oversigten kan det konstateres, at der ikke er nogle af kanalerne målrettet de voksne seere, der er væsentligt over- eller underrepræsenteret i anbefalet-spottene, og alle DRs voksne målgrupper (svarende til kanalernes målgrupper) adresseres dermed. Hvor DR1 altid har førsteprioritet på de lineære kanaler, er kanalernes repræsentation i anbefalet-kategorien mere varieret. Dette kan ses som konsekvens af de målgruppeovervejelser, man fra DRs side gør sig om DR TV. Ifølge Henrik Birck kan DR: "(...)ikke begynde at lave en profil for DR TV, fordi DR TV er jo det hele. Du kan ikke begynde at sige, at DR TV er for de 30–40 årige - det dur jo overhovedet ikke". Dog fortsætter han:

"Når det er sagt, så skal vi selvfølgelig have de yngre med ind og se DR TV, så vi skal jo have noget, der appellerer. Så i forhold til hvad du prioriterer, lægger mest vægt på og hvilke temaer du udvælger fra arkivet, kan du selvfølgelig godt have en tanke om, at du gerne vil nå et bestemt publikum eller nå et bestemt publikum bedre end nogle andre. Det er dér vi skal nå dem, der er på vej væk fra tv". (Interview med Henrik Birck, 18/3 2016)

I redegørelsen for befolkningens brug af on demand-indhold giver DR udtryk for en skærpet tilgang til DR TVs målgruppe, der stemmer overens med Bircks udmelding (DR 2017b). Mens det i redegørelsen på den ene side anerkendes, at DR TV skal løfte hele public service-opgaven med at samle, oplyse og udfordre gennem et bredt udbud af indhold og genrer, angives samtidig at: "DR TV vil have fokus på danskere der streamer – særligt de unge, da det især er denne målgruppe, der benytter de digitale tilbud. Indholdet vil i stigende grad blive udviklet til digitalt brug, så indholdet bedre matcher brugernes digitale medievane og forventninger" (ibid., 3).

Af mine interviews med kanalcheferne fremgik, at hvor DR3s, DR Ultras og DR Ramasjangs målgrupper i udpræget grad flytter deres tv-brug fra de lineære kanaler til online-plattformen, er tempoet lavere for DR2s og DR Ks målgrupper (jf. interviews med Christoffer Guldbrandsen og Flemming Hedegaard Larsen, henholdsvis 9/2 og 10/2 2016). Derfor synes det naturligt, at DR3 er den kanal, der tildeles flest spots i *øvrige anbefalet*, når netop DR3s seere hører til den målgruppe, hvor brugen af on demand-tjenester er mest udbredt. Derimod

er det mere overraskende, at DR2 tildeles de fleste anbefalet stor-spots og DR K-programmer også er godt repræsenteret i anbefalet-sektionen. Denne prioritering kan ses som udtryk for to forskellige strategier: For det første at DR gør online-brugerne opmærksomme på programmer fra kanaler, de ikke ville vælge i den lineære portefølje. Her skal det erindres, at der ikke optræder 'forstyrrende' kanallogoer på spottene i anbefalet-sektionen. For det andet kan strategien ses som et forsøg på at gøre de seere, der typisk benytter de lineære tv-kanaler (DR2- og DR K-seere), fortrolige med online-indholdet.

7.6 Kan public service og personalisering forenes?

I kapitel 5 argumenterede jeg for, at skønt der ikke stilles krav til DR om at sikre, at befolkningens mediebrug er varieret, ligger der en implicit forventning om, at dette kan opnås gennem det alsidige og mangfoldige programudbud. Jeg påpegede, at det varierede programvalg er udfordret af mangekanalporteføljens horisontale valgmulighed, og antydede at udfordringen forstærkes af DR TVs on demand-funktion. I dette afsnit vil jeg diskutere netop den udfordring, det er for DR at fremme brugerens anvendelse af et alsidigt og mangfoldigt on demand-indhold, og hvilken rolle personalisering af streaming-tjenesten spiller heri.

Muligheden for at tilgå programindhold on demand kan anskues som et tredje stadie i public service-mediernes udvikling: Først sendte enkelte brede kanaler et blandet programindhold til hele befolkningen. En seer, der eksempelvis var interesseret i at følge et musikprogram, måtte vente længe, da en masse andre programtyper også skulle finde plads på kanalen. På næste stadie blev indholdet spredt ud på kanaler målrettet specifikke befolkningssegmenter. Dog var børnene, de kulturinteresserede, dem der gerne ville se debatudsendelser, ja alle kanalers målgrupper, stadig underlagt programlæggernes vilje i den forstand, at de alle måtte vente til et givent tidspunkt før et bestemt program blev sendt. Nu, på det tredje stadie, giver on demand-tjenester mulighed for at springe ventetiden over og tilgå det eftertrængte indhold, præcis hvornår brugeren måtte ønske det, fordi indholdet kan udvælges fra et samlet programkatalog.

On demand-funktionen er dermed ensbetydende med, at alsidigheden og mangfoldigheden i et horisontalt-tidsligt perspektiv er styrket: På ethvert givent tidspunkt tilbyder en on demand-tjeneste som DR TV et langt mere varieret udbud end selv den mest omfattende kanalportefølje, da det altid vil være muligt at vælge mellem en række (eksempelvis) nyheds-, debat-, børne-, fiktions- og dokumentarprogrammer. At brugeren nemt kan vælge og fravælge indhold i et online-katalog, er dog samtidig den centrale udfordring for DR, fordi det er yderst vanskeligt at sikre et varieret programvalg. Som situationen tager sig ud nu, er der tre mekanismer på DR TV, der sigter mod at regulere brugerens adfærd.

Den første mekanisme er de indholds- og tidsmæssige begrænsninger, der ligger i DR TVs rammevilkår. Som jeg har påvist i kapitlet, er det samlede programudbud på DR TV mindre end det på de lineære tv-kanaler som følge af disse begrænsninger. Jeg har argumenteret for, at begrænsningerne svækker den samlede alsidighed og mangfoldighed på DRs streaming-tjeneste i sammenligning med de lineære kanaler tilgængelige på et traditionelt tv-apparat. Hvor den mediepolitiske begrundelse primært omhandler konkurrence, bliver de genremæssige begrænsninger dog også en måde at styre befolkningens forbrug af tv-indhold, idet visse genre slet ikke kan ses live eller on demand.

Den anden mekanisme, hvorigennem programvalget på DR TV søges styret, er gennem DRs indholdskuratering. Af min analyse af strukturen på DR TV i 2015 fremgik, at forsidens programpræsentationer bød på genrer som nyheder, debat og dokumentarprogrammer. Af afsnit 7.5.3 fremgik, at de programmer, DR fremhæver i anbefalet-sektionen, i vid udstrækning

er programmer, som bliver vist i de lineære kanalers prime time og fremhævet i programmellemrummene. Når det kommer til fremhævede programmer, adskiller graden af alsidighed og mangfoldighed på DR TV sig dermed ikke fra den på de lineære kanaler. I tillæg hertil gælder, at kanalerne er forholdsvis ligeligt repræsenteret i *anbefalet*. Den tredje mekanisme, der sigter mod at påvirke brugen af DR TV, er *binge*-funktionen. Det er fremgået af kapitlet, at *binge*-præsentationerne typisk afspejler den generelle kuratering, og funktionen er derfor umiddelbart uden den store betydning. Som det fremgik af mit interview med DRs digitale planredaktør, har man da heller ikke oplevet nogen effekt af *binge*-funktionen. Dog er den udtryk for en ambition om at påvirke brugen af DR TVs indhold.

Uden empiriske studier er det vanskeligt at tage stilling til effekten af DRs generelle kuratering. Jeg har argumenteret for, at den ringe brug af DRs arkivtjeneste Bonanza kan tilskrives manglen på kuratering. Samtidig oplever DR tilsyneladende, at kurateringen af DR TV har en begrænset effekt i forhold til at styre brugerens færd. Denne slutning drager jeg på baggrund af mit interview med DRs digitale planredaktør og DRs redegørelse for befolkningens brug af on demand-tjenester, idet der begge steder udtrykkes ønske om at øge personaliseringen af DR TV gennem en såkaldt public service algoritme: "(...)som tager udgangspunkt i brugernes præferencer, men også overrasker og udfordrer brugerne ved at foreslå indhold, der ikke bare lægger sig op af det, der allerede er blevet set" (DR 2017b, 22). Personalisering gennem algoritmer giver nogle muligheder, der er interessante for public service-institutionerne med hensyn til at sikre den enkelte bruger et alsidigt og mangfoldigt programudbud. Samtidig rummer algoritmerne dog også faldgruber, DR som public service-institution skal være yderst påpasselig med at træde i.

Van den Bulck og Moe (2018, 878) påpeger, at mediebrugere alle dage har anvendt filtre til at personalisere indhold: Det sker når man bladrer gennem en avis og udvælger nogle artikler frem for andre, og det sker når man ud fra en programoversigt vælger et tv-program frem for et andet, eller skifter fra en kanal til en anden. Tilsvarende er det heller ikke et nyt fænomen, at tv-selskaberne fremhæver og anbefaler specifikke programmer – det er traditionelt sket gennem trailers og programtaler (Sørensen og Hutchinson 2018, 93). Men med online-medierne er opstået en ny form for personalisering, der foregår uden brugerens viden og kontrol. Van den Bulck og Moe trækker på Thurman og Schifferes (2012), der skelner mellem eksplicit og implicit personalisering (se også Sørensen 2011). De førnævnte eksempler på indholdsudvælgelse er alle eksplicit personalisering: en læser/seer/lytter/bruger udvælger selv noget indhold frem for andet. Den implicitte personalisering er den usynlige udvælgelse, der: "(...)infers preferences from data collected, for example, via a registration process or via the use of software that monitors user activity" (Thurman og Schifferes 2012, 776). Den implicitte personalisering er altså den, der ofte foretages på baggrund af algoritmer.

Problemet ved den implicitte personalisering er, at den er usynlig og umulig at undslippe. På en tjeneste som Netflix er det ikke muligt at tilgå indholdet uden at oprette en profil, og et led i denne oprettelse er at foretage den indledende udvælgelse og altså personalisering af indholdet. En implicit personalisering, som den der findes på Netflix og tilsvarende (kommercielle) tjenester, vil søge at maksimere seerens antal besøg på tjenesten ved at tilbyde indhold, der imødekommer seerens umiddelbare smag. Som jeg citerede blandt andre Rasmussen (2016) for i kapitel 3, er internettet generelt præget af en fragmentering, polarisering og isolering, der gør det uegnet som eneste hjemsted for den offentlige sfære. Samme tendens til fragmentering og isolering er en udfordring for medier, der anvender implicit personalisering, idet brugerne mødes af 'mere af det samme' og går glip af andet indhold – uden at de nødvendigvis ved det. For en public service-institution er denne strategi ikke forenelig med

institutionens formål⁷⁵

Sørensen og Hutchinson (2018) udtrykker da også en fundamental usikkerhed over, om algoritmebaseret personalisering er en farbar vej at gå for public service-institutionerne. De angiver, at algoritmer anvendt på den rette måde: "(...)could be tweaked to deliver a transparent, relevant and diverse personal PSM diet to each user" (ibid., 103). Samtidig peger de dog på, at det endnu er usikkert, om public service-algoritmer er forenelige med det at sikre et unikt og diversitetsrigt tilbud i medielandskabet, og at være transparente og uafhængige institutioner (ibid., 100–102). Det er vigtige aspekter, Sørensen og Hutchinson peger på. Sikres ikke at en eventuel public service-algoritme går imod en 'mere af det samme indhold-funktion', risikerer forbruget af public service-institutionernes indhold at blive ensidigt og fragmenteret. Dette vil være en svækkelse af public service-ideen, og undergrave de offentlige mediers betydning og fortsatte relevans i samfundet. Resultater udviklingen derimod i en funktion, der stimulerer et varieret programvalg, bliver algoritmerne en vigtig del af public service-mediernes fortsatte udvikling – som Sørensen og Hutchinson minder om: "(...)the public service ethos and characteristic PSM's core values are not rigid or universally defined" (ibid., 103).

Van den Bulck og Moe (2018) beskriver, hvordan norske NRK er blandt de public service-institutioner, der er varmest fortalere for algoritmebaseret personalisering, netop på grund af de muligheder, den implicitte personalisering giver for at stimulere et indholdsmæssigt varieret forbrug. Ifølge Van den Bulck og Moe (ibid., 886) anser NRK implicit personalisering som en måde at gøre programlægningen intelligent, fordi teknologien giver indsigt i seermønstrene og heraf mulighed for at præsentere brugeren for indhold, denne ellers ikke ser. Hermed kan den implicitte personalisering anvendes til målrettet og meget direkte at adressere den enkelte bruger med et alsidigt og mangfoldigt programudbud. Van den Bulck og Moe kobler ligefrem personaliseringen af public service-institutionernes streaming-tjenester med den fundamentale universalismeforpligtelse. Argumentet er, at universalisme for public service-institutionerne betyder, at de skal betjene hele befolkningen, også minoriteter og: "(...)every specific taste, even outside the mainstream" (ibid., 878). Med personalisering af streaming-tjenesterne kan public service-institutionerne ikke blot sørge for, at der altid er et tilbud til hele befolkningen, de kan også sikre, at *den enkelte bruger* præsenteres for et bredt udbud, hvor specifikt (og i et samfundsperspektiv vigtigt) indhold fremhæves.

Naturligvis kan der eksistere streaming-tjenester uden algoritmestyret personalisering – sådan har DR TV foreløbigt fungeret. Men som brugere er vi vant til de muligheder, personaliseringen giver, fra andre streaming-tjenester. Derfor risikerer DR TV at blive fravalgt, hvis ikke tjenesten i et vist omfang lever op til brugernes forventninger til en streaming-tjenestes funktioner. Netop brugernes vaner og forventninger kan samtidig vise sig at være udslagsgivende for, at personaliseringen i realiteten kan forenes med det alsidige, mangfoldige og universelle udbud: Som brugere er vi vant til anbefalinger på streaming-tjenester. Så når vi præsenteres for specifikke programmer, vil vi måske netop give dem en chance. Den algoritmebaserede personalisering må selvfølgelig udformes således, at den ikke går på kompromis med den fri og lige adgang, der traditionelt har kendetegnet DRs programvirksomhed, ligesom den må tage hensyn til brugernes krav på privatlivsbeskyttelse og datasikkerhed.

⁷⁵Denne diskussion er i sagens natur principiel: Det er reelt kun muligt at karakterisere brugen af online-indhold som værende ensidigt eller alsidigt efter grundige empiriske studier. Således må også DRs public service-algoritme forventes at blive udviklet på baggrund af kontinuerlige empiriske brugeradfærdssundersøgelser.

7.7 Opsamling

Formålet med kapitlet har været at belyse, hvorledes DR kuraterer sit indhold på streaming-tjenesten DR TV, og hvilken relation der ses mellem streaming-tjenesten og de lineære tv-kanaler tilgængelige på et traditionelt tv-apparat. Af analyserne er fremgået, at det er catch up-funktionen, der foreløbigt dominerer tjenesten, men som følge af den teknologiske og brugsmæssige udvikling kommer gradvist mere unikt indhold på DR TV. Tilsvarende gælder, at de lineære tv-kanaler stadig er udgangspunktet i DRs samlede tv-tilbud, hvilket blandt andet kommer til udtryk ved, at de programmer, der fremhæves på online-tjenesten, er de samme som sendes i de lineære kanalers prime time og fremhæves i programmellemrummene.

Måden, hvorpå DR som public service-institution kan (søge at) styre seerens programvalg, tager sig væsentligt anderledes ud på en on demand-platform end på lineære kanaler. Fra 2010 til 2015 er DR trådt tydeligere i karakter som kurator af sit online-indhold, men som jeg har beskrevet, er det en udfordring for DR at stimulere den enkelte brugers anvendelse af et alsidigt og mangfoldigt programudbud på streaming-tjenesten. Graden af personalisering på DR TV er stadig lav, men som jeg afslutningsvis har diskuteret, kan en implicit personalisering være med til at sikre, at DR kan målrette et varieret udbud til sine brugere.

DRs tv-virksomhed i forandring: implikationer for public service-opgaven

På baggrund af mine fund i afhandlingens analyser vil jeg i dette kapitel diskutere, hvilke implikationer de senere års forandringer i DRs tv-virksomhed har for selve public service-opgaven. Jeg vil basere diskussionerne på de tre hovedfelter i mit makro-teoretiske kapitel: medium theory, offentlighedsteori og regulering. Kapitlet er struktureret således, at jeg skelner mellem de forandringer, der kendetegner overgangen fra få til mange tv-kanaler, og dem der knytter sig til DRs tv-virksomhed på streaming-tjenesten DR TV. Nok er udviklingen forløbet parallelt, men de to former for tv-virksomhed har forskellige teknologiske og brugsmæssige karakteristika, der foranlediger forskellige udfordringer for DRs særlige samfundsopgave.

8.1 Mangekanalporteføljens implikationer

I et medium theory-perspektiv er det begrænset, hvilke forandring det har medført, at man er gået fra at sende tv-indhold på analoge kanaler til at sende indholdet digitalt. Broadcast-formen er fundamentalt den samme, idet en central afsender som DR fortsat sender indhold ud til den samlede befolkning. Digitaliseringen betød, at DRs tv-kanaler kunne modtages af flere i befolkningen, men tv-mediets kommunikationsform og receptionsomstændigheder har ikke ændret sig⁷⁶. I kapitel 3 beskrev jeg dog, hvordan digitaliseringen har givet anledning til, at man kan tale om *narrowcast* frem for *broadcast*. Årsagen er den teknologiske udvikling, som har skabt mulighed for et øget kanaludbud, der igen resulterede i en øget konkurrence, og at de talrige tv-kanaler fik skarpe og distinkte profiler. Som jeg har påpeget i kapitel 4 og kapitel 5, er de mange målrettede kanaler en fordel for seerne, da de er ensbetydende med flere valgmuligheder, at det er enkelt at orientere sig i udbuddet og en bedre betjening af den enkelte i et horisontalt perspektiv. Samtidig giver udviklingen fra få til mange kanaler, fra broad- til narrowcast, dog nogle udfordringer for DRs samfundsopgave, der er afledt af den ændrede mediebrug, mangekanalporteføljen giver anledning til.

⁷⁶Måden at orientere sig på i det digitale medieudbud har dog ændret sig med interaktive elektroniske programguides, der gør det muligt at søge i tv-udbuddet ud fra forskellige kriterier.

I kapitel 3 beskrev jeg, hvordan public service-mediernes grundlæggende funktion ses som en del af demokratiet, og at disse medier ligefrem har forestået en demokratisering af samfundet. Teoretisk har dette resulteret i en kobling mellem public service-medier og offentlighedsteori. Et centralt element i offentlighedsteorien er, at offentligheden konstituerer sig gennem samtale, og denne samtale er public service-institutionerne blevet set som formidlere af, dels fordi deres kommunikationsform (én central afsender til et stort antal decentrale modtagere) er egnede til at sætte en offentlig dagsorden, dels fordi brugen af dem er meget udbredt i befolkningen. Public service-mediernes samfundsmæssige potentiale har, som bekendt, givet udslag i særlige indholdsmæssige forpligtelser, hvoraf det alsidige og mangfoldige programudbud, det at fungere demokratiunderstøttende og at formidle den nationale kultur er kerneopgaver. Et varieret programudbud med blandet andet nyheds-, kultur- og debatprogrammer anses for at være samfundsgavnligt. At facilitere en fælles samtale er i sagens natur enklere, jo færre kanaler seerne kan vælge imellem. DRs mangekanalportefølje er derfor udfordret i forhold til både det fællesskabsskabende og at sikre seerens møde med det alsidige og mangfoldige udbud – ikke fordi man ikke lever op til sine forpligtelser om at levere et sådan udbud, men fordi mangekanalporteføljen fordrer en anderledes brug.

I afsnit 3.5.2 refererede jeg til den diskussion, blandt andre Keane (1995) og Rasmussen (2009; 2016) har indskrevet sig i, om, hvordan public service-medierne og den offentlige debat bliver fragmenteret på utallige nye medieplatforme og (tv-)kanaler. Som Light (2004, 21) skriver: "With a greater choice of channels, the likelihood is that audiences will fragment across them, reducing any sense of a shared space and a shared moment". Ved at drive en mangekanalportefølje, hvor seerne kan isolere sig på (smalt) profilerede kanaler, bidrager DR potentielt – i konkurrencens og det individualiserede medietilbuds navn – til en fragmentering af offentligheden i nichefællesskaber. Samtidig muliggør mangekanalporteføljen et mere ensidigt tv-forbrug, idet seeren kan zigzagge fra kanal til kanal på jagt efter enkelte genrer, og modarbejder dermed (igen: potentielt) public service-idealet om et alsidigt tv-forbrug. To forhold er dog vigtige at slå fast. For det første er der tale om teoretiske betragtninger. Kun omfattende empiriske studier kan dokumentere, hvorledes mediebrugen faktisk tager sig ud i mangekanalsystemet. For det andet bør det understreges, at fragmentering og individualisering ikke er noget, DR alene forestår: Det er det samlede medielandskab, der udvikler sig i denne retning.

Man kan naturligvis spørge, om ikke DR burde gå imod denne udvikling og holde sig til få eller en enkelt tv-kanal for at undgå at medvirke til det fragmenterende medieforbrug. Argumenterne ved DR2s oprettelse og ved kanalporteføljens udvidelse lød, at DR skulle stå stærkt i konkurrencen med markedets øvrige aktører (foruden det at have kapacitet nok til alt sit indhold). Hvor man på den ene side kan argumentere for, at DR bør holde sig uden for mediemarkedets konkurrence, fordi man som public service-institution fungerer på andre økonomiske vilkår og har en anden opgave, er det på den anden side af stor betydning for DRs funktion, at man når bredt ud i befolkningen: DR kan kun sikre en *fælles* samtale i samfundet, hvis man er i berøring med en stor del af mediebrugerne. Og mangekanalporteføljen er med sine målrettede kanalprofiler med til at sikre, at befolkningen stadig anvender DR. Skulle DR vælge at drive en enkelt tv-kanal med et deraf følgende meget blandet udbud, vil det være oplagt at forestille sig, at seerne søger mod andre, mere målrettede tilbud, da det nu engang er sådan, mediebrugen og medielandskabet i al almindelighed har udviklet sig. På særligt ét afgørende punkt sikrer udformningen af DRs tv-kanalportefølje dog, at der fortsat er et forum for en fælles, offentlig samtale: hovedkanalen.

DR adresserer, naturligt nok, ikke fragmenteringsudfordringen eksplicit i forhold til sin mangekanalportefølje. Men argumenterne for at styrke DR1 som hovedkanal kan alligevel ses som en kompensation for de smalt profilerede porteføljekanaler, idet man netop ønsker at

udforme en *bred, samlende* hovedkanal. Kun DR1 og TV 2 fungerer som hovedkanaler på det danske marked, og deres samlende formål er derfor unikt i medielandskabet. At drive en genre-mæssigt varieret hovedkanal, som sigter mod at nå bredt ud i befolkningen, og som kan konkurrere med i særdeleshed TV 2, har naturligvis som konsekvens, at DR1s indhold har tendens til at blive *mainstream* med populære formater. Omvendt gælder, at hvis programmerne bliver for smalle, når DR1 (og dermed DR) ikke så bredt ud. Så at DR driver en hovedkanal, som prioriteres både økonomisk og i programlægningen, er et afgørende træk for, at DR – i et offentlighedsperspektiv – kan fastholde sin position som vigtig samfundsinstitution. Havde public service-institutionen blot drevet en række specialiserede porteføljekanaler, havde det været vanskeligere at legitimere den fortsatte nødvendighed af DR, uagtet disse kanalers profiler, ligesom blot en enkelt kanal med blandet flade sandsynligvis ville betyde, at seerne søgte andre steder hen. Med en portefølje, der både rummer en bredt profileret hovedkanal og en række kanaler målrettet særlige segmenter med indhold, der ellers er sparsomt repræsenteret i det danske medielandskab (ikke-kommercielt børne- og ungdomsindhold, kunst- og kulturindhold, aktualitets- og debatindhold), fastholder DR sin funktion som et samfundsmæssigt relevant alternativ til de private medier, der sikrer både kontakten til befolkningens forskellige målgrupper og adresserer den samlede befolkning.

I kapitel 1 karakteriserede jeg årene 2005–2015 som en guldalder for DR, blandt andet som følge af en politisk opbakning til public service-institutionen. Jeg skrev, at denne tolkning til dels er baseret på det faktum, at DR behøver Folketingets godkendelse for at lancere nye kanaler. Som det fremgik af kapitel 4, har det to gange i DRs historie været et svar på den konkurrence, DR har været udsat for, at tildele public service-institutionen flere kanaler og én gang at omlægge porteføljen. Konkurrencen kunne være søgt imødegået udelukkende indholdsmæssigt (hvilke programmer skal produceres, hvornår skal hvad sendes, hvilke værter skal anvendes etc.), men i stedet er udfordringerne (også) søgt løst gennem en overordnet kapacitetsstrategi, der altså har krævet politisk tilslutning – en tilslutning DR har haft.

Udvikling fra en få- til en mangekanalportefølje betyder i et reguleringsperspektiv, at man som samfund har besluttet, at DR fortsat skal have en central plads på markedet, og at public service-institutionen bedst bevarer sin position ved at sende indhold på flere kanaler. Den politiske opbakning til mangekanalporteføljen er udtryk for den opfattelse, at public service-medierne fortsat kan fremme og sikre en given mediebrug, trods de åbentlyse udfordringer, mangekanalporteføljen medfører. Samtidig kan den politiske opbakning til DRs tv-virksomhed i mangekanalsystemet læses som, at public service-opgaven i politisk perspektiv ikke kun anskues som en ydelse, DR leverer til samfundets borgere, men også – parallelt hermed – at skulle imødekomme forskellige målgruppers efterspørgsel.

8.2 Streaming-tjenestens implikationer

Hvor digitaliseringen primært har været et kapacitetsspørgsmål i forhold til DRs mangekanalportefølje, har lanceringen af streaming-plattformen DR TV helt anderledes betydning for både kommunikationsform, receptionsomstændigheder og brugen af DRs tv-indhold. Man er gået fra *push* til *pull*-medier, og denne udvikling har stor betydning for DRs public service-opgave.

I kapitel 7 konkluderede jeg, at DRs lineære tv-kanaler stadig har stor betydning for indholdet på streaming-plattformen DR TV. Men netop kanalfunktionen er et område, hvor der allerede er varslet et opgør, som fordrer gentænkning af tv-indholdets struktur. I efteråret 2016 meddelte DR, at man agter at lukke DR Ultra som lineær kanal i 2020, for derefter blot at lade profilen eksistere som online-univers. I efteråret 2017 fulgte meldingen om, at man

tilsvarende vil lukke DR3 som lineær kanal inden udgangen af 2022⁷⁷. Skønt programmernes kanaltilhørsforhold allerede er nedtonet på online-plattformen, citerede jeg i det foregående kapitel Gitte Rabøl for den pointe, at det giver en indholdsmæssig skarphed til det enkelte program, at dette er produceret med henblik på at blive sendt på en given kanal med en specifik målgruppe for øje. Yderligere er det, som jeg beskrev i kapitel 5, en fordel for DR at have segmenterede kanaler, da man på disse kan sende mere smalt profilerede programmer. Denne pointe giver Rabøl også udtryk for i sine overvejelser om et on demand-univers uden kanaler:

”Hvad når DR3 ikke længere er en tv-kanal, er det så stadigvæk DR3? Er programmerne DR3-programmer? Der er nogle fordele ved det [at have en kanal], fordi du kan komme afsted med at lave pornotema og alt muligt, som du ikke ville kunne gøre, hvis det bare var et DR-brand, der var omkring det. Vi har nogle stærke kanalbrands i mediebilledet, og hvordan overfører du styrken fra det ind på en platform, hvor du ikke orienterer dig efter kanalbrands?” (Interview med Gitte Rabøl, 18/2 2016).

Så hvor det på den ene side er en fordel for både brugerne og DR, at man med en streaming-tjeneste kan overkomme de lineære tv-kanalers kapacitetsudfordringer og indholdet kan tilgås døgnet rundt uden at være bundet op på en tidsspecifik sendeplan, er der på den anden side nogle potentielle indholdsmæssige udfordringer ved det kanalløse programudbud. Ud over den indholdsmæssige skarphed, der ifølge Rabøl følger af målgruppeorienteringen, skal DR i et on demand-univers også finde en måde at kuratere sit indhold, så det erstatter kanalernes funktion som styringsredskaber. Hidtil har det at placere et program på en given kanal på et bestemt tidspunkt (eksempelvis på DR K klokken 14.30 frem for på DR1 klokken 20.00) været udslagsgivende for hvor mange og hvilke seere, der har set programmet. Men på streaming-tjenesten må andre værktøjer tages i brug for at styre brugen.

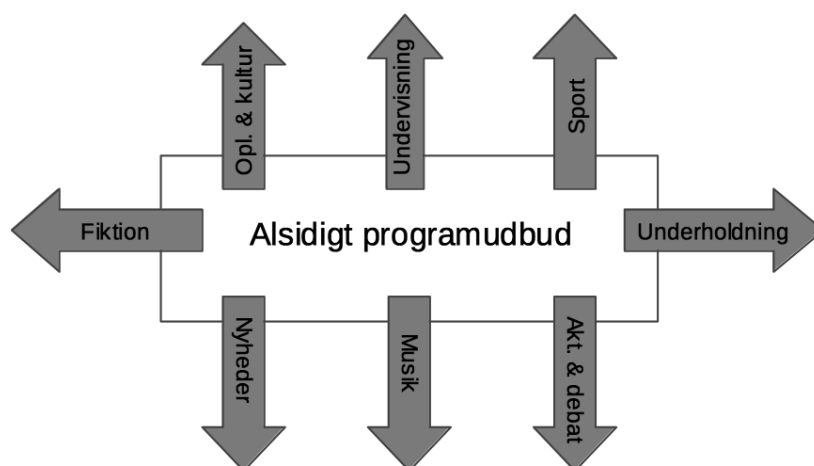
Det er dog vigtigt at holde sig for øje, at det kanalløse streaming-univers ikke er ensbetydende med, at alt indhold (udelukkende) skal præsenteres via DR TVs forside og program-katalog. For DRs børneindhold gælder allerede, at der findes et specifikt DR Ramasjang- og DR Ultra-univers, og tilsvarende kan gøres for DR3 og eventuelle andre kanaler, der ophører med at eksistere lineært. I vores samtale refererede Rabøl selv til BBC3, DR3s britiske søsterkanal, der i februar 2016 overgik til udelukkende at være et online-univers. Hvor man i et målgruppeorienteret streaming-univers ganske vist kommer til at mangle prime time-gennemslagskraften, kan man drage fordel af en portal, hvor andre former for indhold (lyd, billede, tekst) også kan publiceres. Samtidig giver digitaliseringen nye muligheder for interaktion og brugerinddragelse i programmerne, hvilket er en klar fordel for public service-institutionerne, ikke mindst i lyset af deres opgave med at facilitere en offentlig samtale (se eksempelvis Enli 2008; Lowe 2010).

De anderledes kommunikations- og receptionsomstændigheder, der knytter sig til en streaming-tjeneste, har også betydning for selve det indhold, DR formidler. Jeg har allerede beskrevet, hvordan DR TVs rammevilkår lægger begrænsninger for visse genrer, og at denne begrænsning bevirker, at public service-opgaven tager sig forskellig ud, afhængigt af hvilken platform, seeren tilgår indholdet på. Et argument imod denne begrænsning er, at når man fjerner populære genrer fra DR TVs live-streaming- og on demand-tilbud, fjerner man uden tvivl seere/brugere. Dette er uheldigt, når man ønsker, at DR skal samle befolkningen og nå bredt ud.

⁷⁷Jeg nævner disse to beslutninger, da de er interessante i en diskussion om kanalernes betydning for indholdet. Mediaaftalen for 2019–2023 har dog gjort DRs planer om kanallukninger overflødige, da DR i forliget pålægges at reducere antallet af lineære kanaler til maksimalt fire (“Mediaftale for 2019–2023” 2018, 2).

Samtidig er det dog også nødvendigt at være opmærksom på, at de populære programmer ikke har samme funktion på en streaming-tjeneste som de har på en lineær kanal. Denne overvejelse peger tilbage på den grundlæggende diskussion om, hvori public service-opgaven består: Skal DR (udelukkende) varetage en specifik samfundsopgave, hvor genrer som nyheder, debat og undervisning er kernestof, eller skal public service-institutionen (også) være en service for et publikum? På en on demand-plattform som DR TV vil populære genrer som (udenlandsk) fiktion og store underholdningsshow's trække seere til, ligesom de gør på lineære tv-kanaler. Men hvor disse programtyper på en lineær kanal er en del af programfladens flow-opbygning, er de på en on demand-plattform et enkeltstående tilbud. Dermed får de ikke funktion af at være programmer, der (ideelt set) kan fastholde seerne til andre (mindre populære, men i et samfundsperspektiv vigtige) programmer.

Diskussionen om de populære programgenres tilstedeværelse på DR TV sætter det forhold på spidsen, at on demand-teknologien grundlæggende udfordrer DRs kerne-public service-opgaver at samle befolkningen og stimulere et varieret programvalg. Figur 8.1 er en videreudvikling af figur 5.5. Jeg inkluderer den her for at illustrere, hvorledes det alsidige og mangfoldige udbud er til rådighed på DRs streaming-tjeneste: tidsubegrænset og uden at være bundet til en specifik kanal. Opgaven for DR består i at sikre, at seerne ikke kun holder sig til en enkelt eller få af 'genre-pilene' (fiktion og underholdning i særdeleshed), men kommer hele det genremæssige udbud rundt.



Figur 8.1: Det alsidige og mangfoldige udbud på en on demand-tjeneste.

Skal DR kunne argumentere for de brede og populære programgenres tilstedeværelse på DR TV, må public service-institutionen finde en metode til at udnytte disse genres tiltræknings- og ikke mindst fastholdelseeffekt online. Det kan ske gennem tjenestens kuratering, eller gennem en form for algoritmebaseret personalisering, som jeg diskuterede i foregående kapitel. Da man hidtil har befundet sig i en *både-og-situation*, hvor noget indhold er tilladt online, andet er fraværende og atter andet kan tilgås i en begrænset periode, er det vanskeligt at konkludere med sikkerhed, hvilken betydning de bredt populære programmer har for den generelle brug af DRs tv-tilbud. På den ene side står risikoen for et ensidigt forbrug og faren for konkurrenceforvridning med markedets øvrige aktører (konkurrenceaspektet vender jeg tilbage til nedenfor). På den anden side står ønsket om, at DR skal nå bredt ud i befolkningen. Men endnu mangler omfattende empiriske studier af den genremæssige brug af DRs streaming-tjeneste, der kan belyse seermønstre, især om der er tale om et 'mere af det

samme-forbrug⁷⁸.

Som det også gjaldt for mangekanalporteføljen, kan man naturligvis helt grundlæggende diskutere det, at DR og andre public service-institutioner lancerer online-tjenester. Men ligesom det gjaldt for mangekanalporteføljen og de profilerede kanaler, er on demand-tjenester blevet en del af mediebilledet. Så hvis public service-institutionerne fortsat skal være relevante og interessante for befolkningen, må de i et vist omfang følge med denne udvikling. Dermed ikke sagt, at DR for enhver pris skal følge en udvikling, hvor globale kommercielle aktører som Netflix, Facebook og YouTube sætter dagsordenen. For igen at inddrage Rasmussens (2009, 29) skelnen mellem *media of diversity* og *media of focus* (jf. kapitel 3) så er der forskel på medieaktører. Som public service-institution skal DR fortsat fungere med andre formål end de rent kommercielle selskaber. Men at DR hører til gruppen af *media of focus* hænger, i min optik, sammen med, at institutionens tilbud endnu anvendes af størstedelen af befolkningen (ifølge DR var det i 2017 94% af befolkningen, der ugentligt anvendte en eller flere af DRs platforme (DR 2018a, 3)), således at DR (bedre end andre) kan adressere en *samlet* offentlighed. Og en del af dette er at være til stede på de platforme, hvor befolkningen er.

Som det gjaldt for udvidelsen af kanalporteføljen, kan det at DR har lanceret en streaming-tjeneste også ses som politisk opbakning til DRs tv-virksomhed, og at denne er fulgt med den teknologiske-, brugs- og konkurrencemæssige udvikling. Streaming-tjenestens genremæssige begrænsninger er trods alt af mindre målestok i forhold til DRs samlede tv-virksomhed. I den senest indgåede mediaaftale, den der gælder for 2019–2023, er dog vedtaget en række generelle begrænsninger af DRs (tv-)virksomhed, der indvarsler, at DRs guldalder måske har nået sin afslutning. Mediaaftalen for 2019–2023 blev indgået i juni 2018 mellem regeringen (bestående af Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti. Jeg vil inddrage denne aftale som udtryk for en generelt lavere opbakning til DR, både i forhold til institutionens økonomi, størrelse og indhold⁷⁹, hvilket med sikkerhed betyder forandringer for DRs tv-virksomhed de kommende år.

I mediaaftalen for 2019–2023 skærpes DRs public service-virksomhed generelt, idet det slås fast, at DR skal:

”(...)fokusere på indhold, der ikke udbydes af kommercielle udbydere samt reducere antallet af flow-tv-kanaler. DR skal omlægges fra den brede medievirksomhed, som DR er i dag, til et markant fyrtårn inden for bl.a. nyheder, oplysning, kultur og læring. DR skal derfor ikke sende alt til alle. DR må i indhold og distribution ikke konkurrere med private aktører, hvor det ikke tjener et klart public service-formål” (”Mediaaftale for 2019–2023” 2018, 2).

Som det fremgår af citatet, begrænses DRs tv-virksomhed i forhold til antallet af lineære tv-kanaler, DR driver. Mediaaftalen specificerer, at DR skal omlægge sin tv-kanalportefølje til maksimalt at indbefatte fire kanaler (ibid.). Hvor det i et armlængdeperspektiv er interessant, at der fra politisk side skæres ned på antallet af DRs tv-kanaler, er det dog en udvikling, DR selv har foregrebet: Som før nævnt har DR allerede varslet lukningen af DR Ultra og DR3 som lineære tv-kanaler inden 2022, altså inden for den kommende forligsperiode. Hvor DR begrundet omlægningen med den brugsmæssige udvikling, hvor især de yngre målgrupper i højt tempo forlader de lineære medier til fordel for on demand-medierne, er den altovervejende politiske begrundelse for begrænsningen dog konkurrence (ibid., 1).

⁷⁸I foråret 2017 har DR Medieforskning foretaget en undersøgelse af brugen af DR TV blandt 884 medlemmer af DR Panelet (Birk og Svenningsen 2018). Eftersom undersøgelsen netop er foretaget i DR Panelet, et forum for DR-brugere, der er interesserede i at give deres mening om DRs tilbud til kende over for DR, er der ikke tale om en repræsentativ undersøgelse af befolkningens brug.

⁷⁹I marts 2018 vedtog regeringen og Dansk Folkeparti en reduktion af DRs økonomiske ramme med 20% fra 2019 til 2023, samtidig med at man overgår fra licens- til skattefinansiering af dansk public service-indhold.

En sammenligning med tv-kanalporteføljerne hos de øvrige skandinaviske landes public service-institutioner viser, at DR med sine nuværende seks tv-kanaler er et enkeltstående tilfælde i Skandinavien (mens BBCs nationale tv-kanalportefølje består af otte kanaler foruden online-universet BBC Three). Hvor SVT sender tv-indhold på fire svenske kanaler og en enkelt finsk kanal (SVT World), råder YLE over fire kanaler og NRK har fire kanalprofiler, der sender indhold på tre kanaler (NRK3, kanalen for den yngre målgruppe, deler pladsen med børnekanalen NRK Super). Det er naturligvis vanskeligt at foretage en direkte sammenligning af situationen i ét land med den i et andet, men det er interessant at se (jf. tabel 8.1), hvordan DR med sine seks lineære kanaler i 2017 opnåede den laveste daglige dækning af de fire lande⁸⁰ ("TV Viewing: Daily Reach 2000-2017" u.å., tilgået 5/8 2018).

DR Daglig dækning 3+ år	NRK Daglig dækning 12+ år	SVT Daglig dækning 3+ år	YLE Daglig dækning 4+ år
61%	66%	62%	68%

Tabel 8.1: Daglig dækning i 2017 hos DR, NRK, SVT og YLE.

I mit interview med NRKs tv-direktør Arne Helsingen beskrev denne, hvordan NRK har været igennem en udfordrende periode, meget lig den situation DR har befundet sig de senere år, hvor institutionen er blevet angrebet på sit virke af private medier. Helsingen mener, at til trods for at NRK på visse områder stadig er udsat for hård kritik, så er institutionen kommet styrket gennem konflikten, da man er blevet meget bevidst om egne værdier og hvad der er vigtigt i relationen til brugerne. Han giver dog også udtryk for, at DR er under større pres end NRK, både politisk og konkurrencemæssigt (Interview med Arne Helsingen, 8/6 2016). Det er selvsagt ikke til at forudsige, hvordan DR vil klare sig med den reducerede kanalportefølje. Det står også endnu hen i det uvisse, om kanallukningen stadig giver DR mulighed for at drive online-universer for de yngre målgrupper, sådan som institutionen selv lægger op til. Men af sammenligningen med DRs skandinaviske kollegaer fremgår, at en høj dækning også kan lade sig gøre for en kanalportefølje med færre tv-kanaler.

Uanset hvor høj dækning DR kan opnå, afstedkommer de nuværende rammevilkår for DR TV og de forestående ændringer af DRs programudbud dog, at public service-indhold fremover bliver mindre defineret, end det har været i den periode, jeg har beskæftiget mig med i denne afhandling. Det er medieaftalens eksplicite ambition, at man vil styrke vilkårene for de øvrige aktører på det danske marked gennem begrænsningen af DRs virksomhed. Hvor det for DR er en udfordring at forene disse begrænsninger med en fortsat stor seer-, lytter- og brugertilslutning, er begrænsningerne for brugerne en decideret ulempe: dels er der allerede forskel på, hvilket tv-indhold man kan se afhængigt af, hvilket apparat man anvender, dels vil der fremover være genrer og programmer, man tidligere har kunnet finde hos DR, der nu er fraværende.

Set fra et teoretisk perspektiv er begrænsningerne en tydelig illustration af, at public service, når alt kommer til alt, er en politisk beslutning om, hvordan mediemarkedet skal reguleres ud fra en samtidig forståelse af samfundets behov. Den public service-opfattelse, der kommer til udtryk i den seneste medieaftale, er, at DR skal fokusere på en samfundsopgave, der er mindre defineret end hidtil. Dette kan ses af ambitionen om at gøre DR til et fyrtårn frem for en bred medievirksomhed (jf. citatet fra medieaftalen). Det er så op til andre (private) aktører at imødekomme seernes efterspørgsel efter mere underholdningspræget indhold.

⁸⁰DRs dækningstal adskiller sig fra opgørelsen i kapitel 4. Dette skyldes, at Nordicoms mediestatistik-database, hvor jeg har hentet tallene, rummer opgørelser for daglig dækning, men ikke ugentlig.

Med den seneste medieaftale ses et opgør med den opfattelse, der lå til grund for mangekanalporteføljens tilblivelse, hvor DRs position i samfundet sikres gennem en omfattende kanalportefølje og et heraffølgende stort programudbud.

8.3 Opsamling: Kontinuitet og forandring

Skønt jeg i kapitlets indledning slog fast, at der med mangekanalporteføljen og streaming-tjenesten er tale om forskellige former for tv-virksomhed, er det fremgået af ovenstående diskussioner, at der snarere er tale om dele af en kontinuerlig udvikling end et egentligt nybrud. Således gælder også, at det i vid udstrækning er de samme problemstillinger, der gør sig gældende, men at disse forstærkes af streaming-tjenestens teknologiske og brugsmæssige karakteristika. For den periode jeg har beskæftiget mig med i dette projekt, gælder, at DR TV langt hen ad vejen er en forlængelse af de lineære kanaler, en anden platform med andre brugskaraktistika, men med det samme indhold, og med en dagsorden der er sat af de lineære kanaler. Derfor er forandringerne af DRs tv-virksomhed for denne periode, når alt kommer til alt, stadig relativt begrænsede. Hvis DR TV engang bliver det primære tv-tilbud, vil tjenesten med sikkerhed skulle tænkes om for at imødekomme de her skitserede problemstillinger.

Foranlediget af det teoretiske fundament har særligt to modsætningsforhold stået centralt i dette kapitels diskussioner: modsætningen mellem det samlende og det fragmenterende, og modsætningen mellem at stimulere et varieret programvalg og det at seeren forfølger en individuel interesse. For begge aspekter gælder, at overgangen fra få til mange kanaler har indvarslet disse udfordringer, men at streaming-tjenestens tilkomst har accelereret problemstillingerne. Både mangekanalporteføljen og streaming-tjenesten er en del af det stadigt mere individualiserede medietilbud. Men hvor hovedkanalen er en afgørende modvægt i mangekanalporteføljen, har den foreløbige kuratering af indholdet på DR TV øjensynligt ikke en tilsvarende effekt.

At det alsidige og mangfoldige programudbud i mangekanalporteføljen skal findes horisontalt frem for vertikalt, er en udfordring i forhold til den enkelte seers mediebrug: Det er nemmere for seerne at forfølge særinteresser, hvad end disse imødekommes på en enkelt porteføljekanal eller ved at zigzagge mellem kanalerne. I sagens natur forstærker on demand-tjenesten denne udfordring, idet seeren ikke længere er underlagt programplanernes sendetider. Her er det op til DRs kuratering og en eventuel public service-algoritme at fremme et varieret programbrug.

Konklusion

Mit analysemateriale til dette projekt har omfattet omtrent 1.000 dvd'er med optagelser af DRs tv-programflade. Da jeg undervejs i projektet så noget af indholdet fra 2005, slog den tanke mig, at det fremstod meget 'gammeldags'. Dette indtryk bekræfter min grundlæggende interesse for DRs tv-virksomhed i årene 2005–2015: Skønt der kun er tale om en periode på elleve år, har den udvikling, der har fundet sted, været meget omfattende, og DRs tv-tilbud tager sig væsentligt anderledes ud i 2015, end den gjorde i 2005.

Af afhandlingens indledende kapitel fremgik, at jeg med dette projekt har ønsket at undersøge, hvorledes DRs tv-virksomhed har forandret sig i udviklingen fra få til mange tv-kanaler med hensyn til kanalporteføljens organisering, programudbuddets sammensætning, programfladens struktur og platforme hvorpå tv-indholdet distribueres. Samt at udpege hvilke fordele og problemer der er for DR som public service-institution ved denne udvikling. Som teoretisk afsæt kobledes jeg offentlighedsteoriens syn på mediernes betydning for en fælles samtale med medium theory'ens udlægning af det enkelte medies iboende teknologiske og brugsmæssige karakteristika og disses rolle i samfundsudviklingen. Dette blev gjort for at understrege, hvorledes public service i sin kerne er en regulering af markedet ud fra en (politisk) opfattelse af mediernes potentielle egenskaber og hvorledes disse kan fremme et givent formål – det værende at styrke en offentlig debat, formidle en specifik form for kultur, højne kvaliteten på markedet eller sikre, at en bestemt type indhold er repræsenteret i det samlede udbud. Dette er et vigtigt aspekt at erindre, når bølgerne i public service-debatten går højt: Institutioner som DR er ikke naturgivne. De er sat i verden, fordi man som samfund har ønsket det, og de løser den opgave, de folkevalgte har vedtaget. Resultaterne af mine analyser skal også læses i lyset heraf. DRs tv-virksomhed er udviklet ud fra en række strategier, målsætninger og idealer, men også under indflydelse af en række eksterne faktorer, af hvilke jeg har betonet konkurrence, politik, økonomi og den teknologiske udvikling.

Det er en kompliceret opgave at studere et mangekanaltilbud i forandring. Public service-opgaven i sig selv er mangefacetteret og består af en række aspekter – abstrakte såvel som konkrete. Udviklingen fra få til mange tv-kanaler, udvidelsen af det daglige antal sendetimer og det at DRs tv-indhold kan tilgås på flere platforme, har resulteret i, at DRs programudbud er blevet enormt og kanalporteføljens samspil komplekst. Som jeg påpegede i afhandlingens første kapitler, betyder dette, at overskueligheden er gået tabt, og min undersøgelse af forandringerne i DRs tv-virksomhed har måttet stykkes sammen af flere delanalyser for at kunne rumme de forskellige aspekter. Summen af disse analyser giver en *indsigt* i fænomenet

mangekanal-public service-tv, omend der ikke er tale om et i alle henseender nøjagtigt billede eller et fuldstændigt overblik.

I dette kapitel vil jeg konkludere på de fire delanalyser, og på hvorledes forandringerne i DRs tv-virksomhed tegner sig i et public service-teoretisk perspektiv. Derefter jeg vil udpege styrker og svagheder ved mit projekt, inden jeg afslutningsvis skitserer relevant, fremtidig forskning, mit projekt lægger op til.

9.1 Kanalporteføljens udvidelse og udformning

Det er en central pointe i projektet, at DR ikke er en isoleret aktør, at befolkningens anvendelse af DRs indhold ikke er et lukket kredsløb, og at udviklingen af DRs tv-virksomhed sker under påvirkning af en række eksterne faktorer. Udformningen af DRs tv-kanalportefølje skal netop ses som en del af en generel tendens på tv-markedet, hvor nye teknologier gav mulighed for tilkomsten af flere kanaler, og hvor disse kanaler fik tydelige profiler for at stå stærkt i konkurrencen om seernes opmærksomhed. Skønt DR som public service-aktør ikke er underlagt markedsmekanismerne i økonomisk henseende, men betragtes som leverandør af et meritgode (jf. kapitel 3), har konkurrenceelementet spillet en betydelig rolle i såvel udvidelsen som udformningen af DRs tv-kanalportefølje. Dette er kommet til udtryk både gennem det store antal kanaler, man har ønske at oprette og drive, og i de profiler kanalerne i porteføljen er blevet tildelt.

Som kapitel 4 viste, er der fra 2005 til 2015 sket en udvikling inden for kanalporteføljens overordnede profilering, der har bevirket, at den enkelte tv-kanals profil er faldet på plads, og at hver kanal indtager en specifik funktion i den samlede portefølje. Hvor kanalporteføljens størrelse og udformning frem til 2012 primært kunne aflæses som et udtryk for DRs ambition om at stå stærkt på markedet, har omlægningen af kanalprofilerne i 2012–2014 bevirket, at kanalerne fremstår med specifikke mål og hensigter for øje. I et public service-perspektiv er det relevante profiler, der indgår i DRs kanalportefølje anno 2015: Samfunds- og kulturstoffet et generelt underrepræsenteret i det samlede tv-landskab, og børnemålgrupperne er vigtige at betjene med (dansk) kvalitetsindhold. Som hovedkanal står DR1 som et betydningsfuldt alternativ til de smalt segmenterede kanaler og fungerer som indgang til DRs øvrige tilbud. DR3 er den mest omdebatterede kanal med sit indhold og sin målgruppe, men DRs ambition med kanalen om at nå en målgruppe, det traditionelt er vanskeligt for en public service-institution at komme i berøring med, er relevant.

Det er DRs ambition med disse kanalprofiler, at de skal være skarpe, men ikke smalle. De skarpe profiler giver bedre vilkår for smalt og målrettet indhold, der ikke ville være plads til i en kanalportefølje bestående af få kanaler. Men bliver kanalprofilerne smalle, går det ud over seertilslutningen. Når det hører til DRs opgave som public service-mediainstitution at være universelt dækkende, facilitere en fælles debat og understøtte samfundet og den nationale kultur (jf. kapitel 3), er det af stor betydning, at DR når bredt ud i befolkningen. Det er vanskeligt at aflæse en direkte sammenhæng mellem kanalporteføljens størrelse og udformning og DRs seertilslutning, og det er nødvendigt at tage højde for begrænsningerne ved målemetoderne, som ikke er i stand til at favne de nye muligheder for at se tv via DRs apps. Men af tallene for DRs share og dækning fremgår (jf. kapitel 4), at DR i løbet af perioden 2005–2015 har formået at vende en negativ udvikling og opnå en stærk position på markedet, hvor man både samlet når ud til befolkningen og står godt med de enkelte kanalprofiler i sammenligning med de kommercielle kanaler på det danske tv-marked.

9.2 Programudbuddets forandringer

Analyserne af udviklingen af DRs programudbud fra 2005 til 2015 viser, hvilke konsekvenser det har haft, dels at DR har mangedoblet antallet af sendetimer, dels at DR har lanceret en række nye kanaler, og har givet disse skarpe profiler. Som det fremgik af kapitel 5, er det i en undersøgelse og vurdering af udviklingen i DRs programudbud af stor betydning at skelne mellem to dimensioner: For det første fremkommer forskellige resultater for udviklingen af programudbuddets sammensætning, afhængigt af om man forholder sig til de faktiske sendetimetotal, eller om man betragter programtypernes procentuelle andele af det samlede udbud. Hvor de faktiske sendetimetotal afspejler, hvilket programudbud seerne har til rådighed, indikerer den procentuelle fordeling, hvilke programpolitiske prioriteringer DR foretager. For det andet betyder kanalporteføljens udformning, hvor fem ud af seks kanaler i 2015 var afgrænset ud fra målgruppe eller tematik, at det er meningsløst at vurdere variationen i DRs programudbud vertikalt på den enkelte kanal – i stedet må man anskue programudbuddets karakter af alsidighed og mangfoldighed horisontalt, altså på tværs af tv-kanalerne i porteføljen.

Fra 2005 til 2015 er der set en firedobling af det samlede antal sendetimer på tværs af porteføljen. Denne stigning har afstedkommet, at der er sket en vækst i antallet af sendetimer inden for stort set alle programkategorier. Dog er nogle programtypers sendetimer steget mere end andre (dette gælder i særdeleshed programtyperne udenlandsk fiktion og oplysning & kultur), således at fordelingen af programtyperne er blevet mere uens hen over perioden. Denne skævhed kan tilskrives økonomiske og konkurrencemæssige vilkår, men den enkelte kanals profil er selvsagt også af betydning for karakteren af det samlede udbud. At kanalporteføljen er blevet omlagt to gange i løbet af den belyste periode har vanskeliggjort sammenligninger, for naturligvis påvirkes programudbuddet af, om DR eksempelvis driver en nyhedskanal eller to børnekanaler.

Den kvantitative programudbudsanalyse bliver netop relevant i og med, at jeg ikke blot fremstiller de kvantitative data, men også belyser årsagerne til forandringerne i udbuddet. Den indsigt, jeg herved opnår, er vigtig i debatten om DRs tv-virksomhed, fordi DR bliver evalueret og vurderet ud fra sådanne kvantitative opgørelser. Analysen kan bidrage til en forståelse af, at de mange kanaler og det deraf følgende øgede antal sendetimer er et tveægget sværd for DR: På den ene side er det en fordel for DR at kunne sende flere programmer og adressere den enkelte målgruppe mere direkte. På den anden side kræver de mange kanaler, at megen sendetid udfyldes, og når økonomien ikke tillader en større andel egenproduktioner, gør DR sig med sine indkøbte programmer sårbar over for kritik om konkurrenceforvridning.

Med et så omfattende programudbud må analysen i sagens natur blive meget overordnet. Af måden, hvorpå DRs programudbud opgøres, fremgår eksempelvis ikke, at DR inden for perioden har lanceret hele to børnekanaler, idet børneindholdet indgår i de eksisterende kategorier. Tilsvarende går spændvidden inden for eksempelvis den udenlandske fiktion tabt, og nye/tværgående genrer som reality lader sig ikke opfange af de traditionelle programtypekategorier. Skulle analysen have omfattet flere detaljer, måtte den belyste periode dog afgrænses til kun at omfatte et par ugers programudbud, hvorved undersøgelsens validitet og karakter ville have været en anden.

9.3 Kanalernes samspil

Samspillet mellem de enkelte kanalers programflade er et vigtigt og helt konkret udtryk for, hvorledes DR håndterer den opgave, det er at drive en mangekanalportefølje. Samtidig realiseres DRs strategier og programpolitiske arbejde i tilrettelæggelsen af programfladerne, så

den daglige og ugentlige programflade bliver et udtryk for, hvorledes DR varetager sin public service-opgave. Organiseringen af et programflow er et karakteristisk træk ved det lineære tv, og for en public service-institution er det et afgørende programlægningsværktøj: Dels bidrager programflow'et til, at der skabes en sammenhæng mellem de enkelte programmer, dels skal programflow'et (ideelt set) føre seeren fra ét program til det næste, således at afsenderen herigennem kan styre seernes programvalg. I et medielandskab præget af talrige tv-kanaler og muligheder for on demand-indhold er den opgave, det er at fastholde en seer til et program, der ikke umiddelbart falder i dennes smag, blevet uhyre vanskelig. Alligevel anvender DR stadig flow som styringsprincip i sin tilrettelæggelse af programfladerne – dog primært på hovedkanalen DR1. Seernes brug af porteføljekanalerne består mere i præcisionsudvælgelse af enkelte programmer, hvorfor flow-tilrettelæggelsen ikke bliver lige så relevant på disse kanaler (jf. kapitel 6).

Gennem en sammenligning af en uges prime time-programflader i 2005, 2010 og 2015 fremgår, at DR er blevet langt mere professionel med hensyn til det at drive en mangekanalportefølje. Professionaliseringen kommer til udtryk ved, at der i løbet af perioden ses tydeligere strukturer på den enkelte kanal, og at programmernes starttider i højere grad er koordinerede på tværs af kanalporteføljen. Ved at koordinere sendetider og således også varetage programlægningen på porteføljeniveau, frem for blot på kanalniveau, kan DR skabe kryds inden for porteføljen, altså tidspunkter hvor seerne kan skifte mellem kanalerne uden at gå glip af indhold. Krydsene er vigtige, fordi de øger seernes valgmuligheder *inden for* DRs portefølje, hvilket mindsker risikoen for, at DR må afgive seere til konkurrerende kanaler. En anden fordel ved de mere faste strukturer er den genkendelighed, de skaber for seeren. Hvor programfladerne i 2005 fremstod noget tilfældigt sammensatte, bevirker de faste sendetider, de veletablerede slots og det at programmer strippes hen over ugen, at DR i 2015 kan overskueliggøre sit indhold og etablere vaner hos seerne.

At der er etableret en klar arbejdsdeling inden for kanalporteføljen, hvor DR1 fungerer som hovedkanal og hver af porteføljekanalerne varetager en specifik opgave med hensyn til programmernes tematik eller målgruppe, har ligeledes gavnet kanalernes samspil og været en styrke for den enkelte kanals programflow. For både seerne og programlæggerne er det blevet langt tydeligere, hvor det forskellige indhold hører hjemme. At DR1 er den bredtfavnende hovedkanal, fremgår af programlægningen, hvor DR1 er udgangspunktet og fungerer som indgang til DRs øvrige (tv-)tilbud. Konkret fungerer DR1 som udstillingsvindue for porteføljekanalerne, når det i hovedkanalens programmellemrum præsenteres, hvilke programmer de øvrige kanaler (og platforme) tilbyder. Derimod henviser porteføljekanalerne ikke til DRs øvrige tv-kanaler, hvilket både går imod indtrykket af en samlet kanalportefølje og fremstår uhensigtsmæssigt i et konkurrenceperspektiv. Endelig er denne praksis også problematisk i et public service-perspektiv, hvis man ønsker, at DR skal stimulere brugen af et varieret indhold mest muligt.

9.4 Streaming-tjenestens muligheder og begrænsninger

I analysen af forandringerne i DRs tv-virksomhed blev streaming-tjenesten DR TV inkluderet i anerkendelse af, at brugen af DRs tv-indhold i stadigt stigende grad flytter sig fra de lineære tv-kanaler til streaming-tjenesten. Analysen af DR TV har vist, at de lineære kanaler dog stadig er udgangspunktet for indholdet på streaming-tjenesten, hvilket kommer til udtryk ved, at det i vid udstrækning er det samme indhold, der findes på de to platforme, og at de programmer, der fremhæves på DR TV, er de samme som dem, der prioriteres på de lineære kanaler. Dog ses på DR TV et opgør med kanalernes hierarki, idet DR1 ikke i tilsvarende

grad har højeste prioritet på streaming-tjenesten.

Hvor seeren på en lineær kanal er underlagt fastsatte sendetider, er brugerens horisontale valgmulighed på en on demand-tjeneste kun begrænset af udbuddets omfang. Og hvor det indlysende er en fordel for brugeren, at dennes valgmuligheder er mangedoblet, er det ubegrænsede valg en udfordring, hvis man – ud fra et public service-perspektiv – ønsker at den enkelte bruger skal anvende et varieret programudbud. De lineære tv-kanalers programlægning har anvendt flow til at styre befolkningens programvalg, og tilsvarende værktøjer må udvikles til en public service-streaming-tjeneste, hvor programmer kan tilgås on demand. En sammenligning mellem DR TVs interface i 2010 og i 2015 viser, at DR har skærpet sin rolle som kurator af indholdet på streaming-tjenesten. Et varieret programudbud anbefales på DR TVs forside, og mens nyhedsprogrammer er en fast del af de fremhævede programmer, udnytter DR også aktuelle begivenheder til at tilbyde udvalgte programmer inden for et særligt tema. Kurateringen har dog en begrænset effekt, og DR ønsker, som andre public service-institutioner, at anvende algoritmer til at målrette indholdet til brugerne. Algoritmer er et interessant redskab, hvorigennem DR kan adressere den enkelte bruger mere direkte. De skal dog anvendes med omtanke for public service-opgavens kerneværdier (herunder det at stimulere et varieret programvalg) og under hensyn til åbenhed og gennemsigtighed.

I DR TVs rammevilkår ligger en række begrænsninger for den varighed, indholdet må være tilgængeligt på streaming-tjenesten. Og udenlandske, bredt populære biograffilm må slet ikke vises via DR TV. Begrænsningerne tilskrives umiddelbart konkurrenceforhold (jf. kapitel 7), men har (yderligere) to konsekvenser: For det første er der stor sandsynlighed for, at DR mister brugere, når populært indhold forsvinder. At DR mister brugere betyder, at public service-institutionen ikke når tilsvarende ud i befolkningen, hvorved det bliver vanskeligere at varetage den del af public service-opgaven, der består i at facilitere en fælles, national samtale. For det andet betyder begrænsningerne, at public service-begrebet indsnævres, således at DRs public service-opgave tager sig forskelligt ud, alt efter hvilke platforme DR bedriver sin virksomhed på.

9.5 Forandringerne i DRs tv-virksomhed i et public service-teoretisk perspektiv

Jeg har foretaget en kobling mellem offentlighedsteori og medium theory for herigennem at vise, at broadcast-mediernes særlige karakteristika (en central afsender til talrige modtagere, at kunne afkodes af alle uden særlige forudsætninger, at nå ind i folks hjem og at have en bred dækning i befolkningen) har haft afgørende betydning for den opgave, netop radio- og tv-selskaberne historisk er blevet tildelt, og den regulering de er blevet underlagt. Et vigtigt aspekt har været den betydning, det er blevet tillagt, at radioen og tv'et på baggrund af de nævnte karakteristika har kunnet adressere en samlet, national offentlighed. Som det ses hos blandt andre Scannell (1989), er public service-broadcasterne som følge heraf blevet anset for at være vigtige institutioner i de vestlige, demokratiske samfund.

Som Keane (1995) og Rasmussen (2009; 2016) har beskrevet, er der med de seneste årtiers medieudvikling, og ikke mindst med internettets tilkomst og udbredelse, set en mangfoldiggørelse af offentlige sfære. Keane inddeler de offentlige sfærer i tre niveauer: mikro, meso og makro (jf. kapitel 3). Her svarer meso-offentligheden til nationalstatens befolkning, og det er altså denne offentlighed, public service-institutionerne historisk er blevet sat i verden for at adressere. Med medielandskabets udvikling, og globaliseringen generelt, er der opstået nye kommunikationsformer og muligheder for, at den enkelte orienterer sig mod andre fællesskaber end det nationale – det værende på lokalt eller transnationalt niveau. Med

de nye, mikro- såvel som makro-, offentlighedens opståen fylder meso-offentligheden mindre. Dette har afstedkommet en diskussion om den fortsatte betydning af de traditionelle public service-institutioners rolle og virksomhed. I denne afhandling har jeg belyst den dobbeltrolle, DRs mangekanalportefølje spiller i forhold til det forandrede mediebillede og den fælles samtale. For hvor DRs mange tv-kanaler og streaming-tjeneste på den ene side styrker DRs tilstedeværelse i offentligheden (s mediebrug), hvormed public service-institutionen fortsat når bredt ud i befolkningen, medvirker de mange kanaler og platforme samtidig til at nedbryde den *samlede*, nationale offentlighed.

Det er en stor udfordring at finde svaret på, hvorledes public service-institutionerne bedst muligt varetager deres opgave i det ændrede medielandskab. I hvert fald to hensyn må afbalanceres: På den ene side er det med dagens mediebrug naivt at forestille sig, at DR kan samle én fælles, national offentlighed, hertil er mediebruget for individualiseret. Dette betyder også, at DR ikke kan være i berøring med befolkningen, hvis ikke institutionen følger med den teknologiske og brugsmæssige udvikling. Naturligvis må DRs tilstedeværelse være på en måde, så den er i overensstemmelse med public service-kerneverdierne.

På den anden side skal DR holde fast i sin status som (med Rasmussens (2009) betegnelse) *media of focus*. Det ligger i DRs opgave og eksistensberettigelse at være universelt dækkende, understøtte demokratiet og fremme den nationale kultur – kerneværdier der alle betoner det *fælles*. Og netop institutionens historie, erfaringer og status i samfundet betyder, at DR har et helt unikt udgangspunkt for at nå bredt ud i befolkningen og adressere, om ikke hele det nationale fællesskab, så store dele af det – eller mange af de mindre deloffentligheder som indgår i det moderne samfund. Her kan eksempelvis fremhæves den status, DR har når det kommer til at levere indhold til børnemålgruppen.

I indledningen skrev jeg, at DRs tv-virksomhed er udtryk for den måde, hvorpå institutionen opfatter sin public service-opgave. Og dette syn går hånd i hånd med den udfordring, jeg her har skitseret. Med sin mangekanal- og multiplatformsstrategi har DR betonet den del af sin opgave, der handler om at være i kontakt med befolkningen. Derfor har man oprettet segmenterede kanaler, og derfor sender man bredt og populært indhold. I løbet af den periode, jeg her har arbejdet med, har der været politisk opbakning til denne strategi og dermed til den opfattelse af public service-opgaven, der ligger bag. Den seneste medieaftale repræsenterer dog et syn, hvor DR og DRs public service-virksomhed skal være smallere: Man skal være et *fyrstårn* inden for visse genrer (jf. kapitel 8). Public service har alle dage været en regulering af markedet på baggrund af et særligt ideal og specifikke ønsker til medieindholdet, og der er således ikke noget fortænkt i, at det politiske syn på DRs virksomhed ændrer sig. Dog har jeg argumenteret for, at den nye fortolkning af public service-opgaven risikerer at have den konsekvens, at DR mister kontakten til en stor del af befolkningen, hvilket utvivlsomt vil være undergravende for dele af public service-opgaven.

9.6 Begrænsninger og bidrag

At jeg har benyttet mig af metode- og datatriangulering har givet projektet den styrke, at når mine data i enkelte tilfælde har været mangelfulde, har jeg kunnet kompensere for dette ved at kombinere resultaterne med andre kilder. Samtidig er der dog den udfordring ved min empiri, at den er meget omfattende. For at favne de mange facetter af DRs tv-virksomhed har jeg foretaget en række analyser, der hver især kunne udgøre et selvstændigt projekt. Så hvor bredden i mit projekt på den ene side betyder, at jeg har kunnet skabe et overblik, er de mange belyste aspekter på den anden side ensbetydende med, at detaljer går tabt. Som mit analytiske arbejde skred frem, er jeg blevet opmærksom på forhold, jeg gerne ville undersøge

nærmere. Ikke mindst ville jeg gerne have foretaget flere interviews, for herigennem i højere grad at kunne belyse de hensigter, der ligger bag DRs programlægningsarbejde. Tilsvarende blev jeg – i allersidste del af projektfasen – bevidst om, at DR har en personaliseringsansvarlig, det havde været yderst relevant at få i tale.

Jeg har anlagt et bestemt perspektiv i mine undersøgelser, idet jeg har fokuseret på DR som afsender af traditionelt tv-indhold. Således har jeg undladt at beskæftige mig med andre, men ikke desto mindre vigtige, dele af DRs public service-virksomhed, herunder de nye dialogiske platforme Facebook og Twitter, som repræsenterer helt andre udfordringer for public service-opgaven. Jeg har også valgt en mediecentrisk tilgang, hvor fokus er på DR, mens mere generelle samfunds- og kulturforhold er udeladt.

I dansk såvel som i skandinavisk kontekst er der ikke foretaget tilsvarende omfattende studier af public service-tv's forandringer de senere år. Således bidrager mit projekt til public service-forskningen med sit overblik over og indsigter i udviklingen af tv-virksomheden hos en af Europas vigtige public service-institutioner, der trods sin relativt lille størrelse i flere henseender er gået foran i udviklingen med hensyn til udvidelsen af kanalporteføljen og aktiviteter på digitale platforme (jf. Brevini 2013). Perioden, jeg arbejder med, afsluttes netop som online-tv-forbruget begyndte at tage fart i Danmark. Som jeg har gjort rede for, har jeg i dette projekt været udfordret af omfanget og karakteren af DRs tv-virksomhed. Fremtidige projekter, der beskæftiger sig med tv-programvirksomhed, vil være yderligere udfordret af kompleksiteten i antallet af platforme og af den stigende grad af personalisering af indholdet. Det er derfor et åbent spørgsmål, hvorvidt der vil ses flere studier af denne karakter, eller om medieudviklingen er ved at løbe fra programudbudsanalyser.

Det forekommer måske oplagt, at jeg på baggrund af et projekt af denne karakter og med dette emne afslutningsvis opstiller en række konkrete anbefalinger til den fremtidige medieudvikling – enten anbefalinger adresseret til DR eller til de mediepolitiske aktører. Dette vil jeg dog holde mig fra. Min afhandling bidrager til den aktuelle mediepolitiske debat ved at tydeliggøre, hvor komplekse problemstillinger den forandrede mediebrug rejser. Som mit projekt har vist, er DRs public service-tv-virksomhed udtryk for en balancegang, hvor forskellige hensyn skal opvejes mod hinanden: Det drejer sig eksempelvis om andelen af egenproduceret indhold i forhold til DRs økonomiske realiteter, om balancen mellem at sende populært og smalt indhold, og det at være til stede på relevante platforme med hensyn til de forskellige målgruppers mediebrug. Konklusionen må således blive, at der ikke findes hurtige løsninger eller entydige svar på de udfordringer, DR og andre public service-aktører står overfor.

9.7 Forslag til videre forskning

Hvor denne afhandling giver et mangefacetteret indblik i, hvorledes DR på strategisk og praktisk niveau har varetaget sin public service-opgave i udviklingen fra få til mange tv-kanaler og en streaming-tjeneste, åbner projektet samtidig for en række perspektiver, det vil være yderst relevant at udforske nærmere. Jeg vil her fremhæve tre undersøgelser, der alle ligger i forlængelse af denne afhandlings analyser og fund.

Først og fremmest lægger mine undersøgelser op til omfattende empiriske studier af se-radfærd. Som det fremgår af Slots- og Kulturstyrelsens årlige undersøgelser, ses en stor generationskløft i befolkningens brug af forskellige platforme og tjenester. I forlængelse heraf anser jeg det for presserende, at der foretages grundige undersøgelser af, hvorledes public service-tv-tilbuddet anvendes på de forskellige platforme af forskellige målgrupper. I særdeleshed lægger mit projekts analyser op til (kvantitative såvel som kvalitative) empiriske

undersøgelser af seernes og brugernes adfærd og brugsmønster på DRs lineære tv-kanaler og streaming-tjeneste. Herigennem kan afdækkes, hvilke programlægnings- og kurateringsværktøjer der virker i en mangekanalportefølje og et on demand-tilbud i et stadigt voksende medieudbud.

Dernæst vil det være interessant at foretage undersøgelser af, hvorledes DR har udviklet sig som organisation. Af mine interviews er fremgået, at der i løbet af de senere år er foretaget en række organisatoriske omlægninger i DR. Grundet tids- og pladshensyn har det desværre ikke været muligt i større grad at behandle disse organisatoriske forandringer i denne afhandling, men jeg finder det nyttigt og relevant med videre studier af, hvorledes den teknologiske og strategiske udvikling i DR hænger sammen med organisationens ud- og omformning. En sådan analyse kan også kaste lys over magtstrukturer og konflikter i organisationen og disses betydning for programproduktionen og -udbuddet.

Endelig er det også værd at fremhæve det udbytte, undersøgelser på programniveau kan bidrage med. Her har jeg kun undtagelsesvist berørt det egentlige programindhold, men ikke mindst signaturprogrammernes udformning bidrager til at tegne den enkelte kanals profil og adressere dens målgruppe, ligesom programmernes indhold og kommunikationsformer er udtryk for DRs seer/brugeropfattelse, og for hvorledes institutionen mener at skulle varetage sin kontakt med befolkningen. Derfor kan nærstudier af enkeltprogrammer kaste yderligere lys over, hvorledes DR bedriver public service-tv-virksomhed.

Bibliografi

- Adams, William J., og Eastman, Susan Tyler. 2009. "Prime-Time Network Entertainment Programming". I *Media programming: strategies and practices*, redigeret af Susan Tyler Eastman og Douglas A. Ferguson, 8. udg.. S. 122–161. Australia: Thomson/Wadsworth.
- Adorno, Theodor W. 1972. *Kritiske modeller*. Redigeret af Clausen, Claus og Klitgaard, Ole. København: Rhodos.
- Ala-Fossi, Marko. 2016. "Fulfilling the Public Service Remit in the Post-Broadcasting Era: Does the Medium Still Matter?" *International Communication Gazette*, 78 (4). S. 291–293.
- Ala-Fossi, Marko, og Lax, Stephen. 2016. "The Short Future of Public Broadcasting: Replacing Digital Terrestrial Television with Internet Protocol?" *International Communication Gazette*, 78 (4). S. 365–382.
- "alsidig — Den Danske Ordbog". u.å. Tilgået 16. juni 2018. <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?aselect=alsidig&query=alsidig>
- Andersen, Heine. 2005. "Jürgen Habermas". I *Klassisk og moderne samfundsteori*, redigeret af Heine Andersen og Lars Bo Kaspersen, 3. reviderede udgave. S. 372–394. København: Hans Reitzels Forlag.
- Andersen, Kim, og Larsen, Erik Gahner. 2016. "Hvilken periode skal analyseres? Uge 46 som dataindsamlingsstrategi i journalistikforskningen". *Journalistica*, 2016 (1). S. 126–146.
- Asmussen, Vicky Enemark. 2007. "Lovens rammer for public service". I *DR og TV 2 - i folkets tjeneste?*, redigeret af Martin B. Carstensen, Flemming Svith, og Per Mouritsen. S. 53-68 Århus: Forlaget Ajour.
- Asp, Kent. 2003. *Medieval 2002: partiskheten och valutgången : en studie av valrörelsens medialisering*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet.
- . 2017. *Public service-TV - vårt offentliga rum*. Göteborg: Göteborgs Universitet.
- Asp, Kent, og Granskningsnämnden för radio och TV. 2005. *Svenskt TV-utbud 2004: en undersökning på uppdrag av Granskningsnämnden för radio och TV, genomförd av Kent Asp, institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet*. Haninge: Granskningsnämnden för radio och TV.
- . 2007. *Mångfald och kvalitet: public service-TV 1998-2006 - en utvärdering : en undersökning på uppdrag av Granskningsnämnden för radio och TV, genomförd av professor Kent Asp, institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs Universitet*. Haninge: Granskningsnämnden för radio och TV.
- Bardoel, Jo, og Vochteloo, Marit. 2011. "Dutch Public Service Broadcasting Between Bureaucratic Burden and Political Choice: Implementing the Amsterdam Test in the Netherlands". I *Expoting the Public Value Test: The Regulation of Public Broadcaster's New Media Services Across Europe*, redigeret af Karen Donders og Hallvard Moe. S. 135–143. Göteborg: Nordicom.
- "Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed, LBK nr. 255 af 20/03/2014". <https://www.retsinformation.dk/forms/R0710.aspx?id=161625>.
- Bennett, James. 2011. "Introduction: Television as Digital Media". I *Television as Digital Media*, redigeret af James Bennett og Niki Strange. S. 1–27. Durham, NC: Duke University Press.
- . 2013. "The Challenges of Public Service Broadcasting in a Web 2.0 Era: Broadcast Production Culture's View of Interactive Audiences". I *Public Service Media in the Digital Age: International perspectives*, redigeret af Agnes Gulyas og Ferenc Hammer. S. 3-19. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
- Bennett, James; Strange, Niki; Kerr, Paul og Medrado, Andrea. 2012. "Multiplatforming Public Service Broadcasting: The economic and cultural role of UK Digital and TV Independents". London: Royal Holloway, University of London.

- Bignell, Jonathan. 2013. *An Introduction to Television Studies*. Third edition. London & New York: Routledge.
- Birk, Mette, og Uffe H. Svenningsen. 2018. "Streamere er også vanedyr". I *Medieudviklingen 2017*, af DR Medieforskning. S. 29–33. København: DR.
- Blumler, Jay G. 1991. *Broadcasting finance in transition: a comparative handbook*. New York: Oxford Univ. Press.
- Bondebjerg, Ib. 2012. "TV-mediets gennembrud". I *Dansk mediehistorie, 1960-1995*, redigeret af Klaus Bruhn Jensen. S. 118–130. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Brevini, Benedetta. 2013. *Public Service Broadcasting Online: A Comparative European Policy Study of PSB 2.0*. London: Palgrave Macmillan.
- Bruns, Axel. 2006. "Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production". I *Proceedings: Cultural Attitudes Towards Communication and Technology 2006*. S. 99-105.
- Bruun, Hanne. 2014. "Eksklusive informanter. Om interviewet som redskab i produktionsanalysen". *Nordicom Information*, 36 (1). S. 29–43.
- . 2016. "The Prism of Change: 'Continuity' in Public Service Television in the Digital Era". *Nordicom Review*, 37 (2). S. 33–49.
- Bucher, Taina. 2016. "Neither Black Box Nor Box: Ways of Knowing Algorithms". I *Innovative Methods in Media and Communication Research*, redigeret af Sebastian Kubitschko og Anne Kaun. S. 81–98. London & New York: Palgrave Macmillan.
- Burri, Mira. 2017. *Public Service Broadcasting 3.0: Legal Design for the Digital Present*. London: Routledge.
- Bødker, Henrik. 2013. "Williams, Raymond". *Medie- og kommunikationsleksikon*.
- Caldwell, John. 2004. "Convergence Television: Aggregating Form and Repurposing Content in the Culture Og Conglomeration". I *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*, redigeret af Lynn Spigel og Jan Olsson. S. 41–74. Durham; London: N.C.: Duke University Press.
- Carlsson, Ulla (red.). 2013. *Public Service Media from a Nordic Horizon*. Göteborg: Nordicom.
- Chamberlain, Daniel. 2011. "Scripted Spaces: Television Interfaces and the Non-Places of Asynchronous Entertainment". I *Television as Digital Media*, redigeret af James Bennett og Niki Strange. S. 230–254. Durham, NC: Duke University Press.
- Clausen, Jens. 2018. "Algoritme". *Den Store Danske*. Gyldendal.
- Collins, Richard. 2004. "'Ises' and 'Oughts': Public service broadcasting in Europe". I *The Television Studies Reader*, redigeret af Robert C. Allen og Annette Hill. S. 33–51. London: Routledge.
- . 2010. "From Public Service Broadcasting to Public Service Communication". I *The Public in Public Service Media*, redigeret af Gregory F. Lowe. S. 53–69. Göteborg: Nordicom.
- Coppens, Tomas, og Saeys, Frieda. 2006. "Enforcing Performance: New Approaches to Govern Public Service Broadcasting". *Media, Culture & Society Media, Culture & Society*, 28 (2). S. 261–284.
- Cowling, Jamie, og Tambini, Damian (red.). 2004a. "Conclusions and Recommendations". I *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. S. 171–81. London: Institute for Public Policy Research.
- . 2004b. *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*. London: Institute for Public Policy Research.
- Dahlgren, Peter. 2004. "Theory, Boundaries and Political Communication: The Uses of Disparity". *European Journal of Communication*, 19 (1). S. 7–18.
- Danmarks Radio. 1994. *Danmarks radio, 1995-2005: En redegørelse om DR's idégrundlag, programpolitik og udvikling*. Søborg: DR.
- danmarkshistorien.dk, Aarhus Universitet. u.å. "dr.dk - 1996-2006 - tredje fase". Set 10. februar 2017.

- Danske Mediers Arbejdsgiverforening. 2010. "DR's tv på nettet hedder fremover DR NU". mediarbejdsgiverne.dk. 28. maj 2010. <http://mediarbejdsgiverne.dk/nyhed/dr's-tv-paa-nettet-hedder-fremover-dr-nu>.
- de Haan, Yael og Bardoel, Jo. 2011. "From Trust to Accountability: Negotiating Media Performance in the Netherlands, 1987—2007". *European Journal of Communication*, 26 (3). S. 230–46.
- Den Danske Ordbog. 2016. "kanal — Den Danske Ordbog". Tilgået 5. juli 2016.
- DI Digital. 2016. "DR viser primært underholdning på TV". Dansk Industri.
- Donders, Karen. 2009. "State Aid and Public Service Broadcasting". I *Rethinking European Media and Communication Policy*, redigeret af Caroline Pauwels, Harri Kalimo, Karen Donders, og Ben Van Rompuy. S. 187–216. Institute for European Studies - publication series 14. Bruxelles: Brussels University Press.
- . 2010. "The benefits of introducing European competition principles into national public broadcasting policy". *info*, 12 (6). S. 56–68.
- . 2011. "The Public Value Test. A Reasoned Response or Panic Reaction?" I *Exporting the Public Value Test: The regulation of public broadcasters' new media services across Europe*, redigeret af Karen Donders og Hallvard Moe. S. 29–37. Göteborg: Nordicom.
- . 2012. *Public Service Media and Policy in Europe*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York: Palgrave Macmillan.
- Doyle, Gillian. 2011. *Understanding Media Economics*. London: SAGE Publications.
- . 2016. "Resistance of channels: Television distribution in the multiplatform era". *Telematics and Informatics*, 2016.
- DR. 2006a. "DRs public service-redegørelse for 2005". København: DR.
- . 2006b. "DR Årsrapport 2005". København.
- . 2009a. "DRs programstrategi 2010". København: DR.
- . 2009b. "DRs mediepolitiske udspil". København: DR.
- . 2009c. "Udfordringer for danske medier og public service i en global medieverden". København: DR.
- . 2010. "DRs mediestrategi 2011-2014". København: DR.
- . 2011a. "DRs public service-redegørelse for 2010". København: DR.
- . 2011b. "DR Årsrapport 2010". København.
- . 2015a. "DR i 2014". København: DR.
- . 2015b. "DRs_høringssvar_til_public_seviceudvalget.pdf". København: DR.
- . 2016a. "DRs public service-redegørelse for 2015". København: DR.
- . 2016b. "DRs Årsrapport 2015". København: DR.
- . 2017a. "Dansk indhold til alle". København: DR.
- . 2017b. "Redegørelse vedr. befolkningens brug af on demand samt erfaringer med DRs tilrådighedsstillelse af tv-programmer on demand".
- . 2018a. "DRs public service-redegørelse for 2017". København: DR.
- . 2018b. "DR's årsrapport 2017". København: DR.
- DR Medieforskning. 2015. "Medieudviklingen 2014". København: DR.
- . 2016. "Medieudviklingen 2015". København: DR.
- . 2017. "Medieudviklingen 2016". København: DR.
- "DRs public service-kontrakt for 2003-2006". 2002.
- "DRs public service-kontrakt for 2007-2010". 2006.
- "DRs public service-kontrakt for 2015-2018". 2014.
- "DRs tv-kanaler live på nettet". u.å. DR. Set 10. februar 2017. <http://www.dr.dk/nyheder/indland/drs-tv-kanaler-live-paa-nettet>.
- Duelund, Peter. 2003. "Cultural Policy in Denmark". I *The Nordic Cultural Model*, redigeret af Peter Duelund. S. 31–77. København: Nordic Cultural Institute.

- Edin, Anna. 2000. *Den föreställda publiken: programpolitik, publikbilder och tilltalsformer i svensk public service-television*. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposium.
- . 2006a. "Nya förhållanden Om den svenska public service-televisionens relation till publik och allmänhet". *Nordicom Information*, 28 (2). S. 61–71.
- . 2006b. "Times have changed: On the relationship between Swedish public service television and the viewing public". *Nordicom Review*, 27 (2). S. 61–72.
- Ellis, John. 2002. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London; New York: I.B. Tauris.
- Enli, Gunn Sara. 2013. "Defending Nordic Children Against Disney. PSB Children's Channels in the Age of Globalization." *Nordicom Review*, 34 (1). S. 77–90.
- Enli, Gunn Sara. 2008. "Redefining Public Service Broadcasting Multi-Platform Participation". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1). S. 105–120.
- Frandsen, Kirsten. 2007. "Produktionsanalyse: teoretiske og metodiske problemstillinger". I *Tv-produktion - Nye vilkår*, redigeret af Kirsten Frandsen og Hanne Bruun. S. 23–54. Frederiksberg: Forlaget Samfundslitteratur.
- Garnham, Nicholas. 1986. "The Media and the Public Sphere". I *Communicating Politics: Mass communications and the political process*, redigeret af Peter Golding, Graham Murdock, og Philip Schlesinger. S. 37–53. New York: Holmes & Meier.
- Glowacki, Michal og Jaskiernia, Alicja. 2017. *Public Service Media Renewal: Adaptation to Digital Network Challenges*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Goodwin, Peter. 2018. "An Impossible Challenge for Public Service Media? The Intellectual Context of the Networked Society". I *Public Service Media in the Networked Society*, redigeret af Gregory F. Lowe, Hilde Van den Bulck, og Karen Donders. S. 29–41. Göteborg: Nordicom.
- Graham, Andrew. 1999. "Broadcasting Policy in the Multimedia Age". I *Public Purposes in Broadcasting: Funding the BBC*. S. 17–46. Luton: University of Luton Press.
- Graham, Beryl, og Cook, Sarah. 2010. *Rethinking Curating: Art after New Media*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Grainge, Paul. 2017. "Moments and Opportunities: Interstitials and the promotional imagination of BBC iPlayer". *Critical Studies in Television*, 2017.
- Gripsrud, Jostein. 2010. "Television in the Digital Public Sphere". I *Relocating Television, Television in the Digital Context*. S. 3–26. Comedia. London: Routledge.
- Habermas, Jürgen. 1976. *Borgerlig offentlighet - dens framvekst og forfall: Henimot en teori om det borgerlige samfunn*. Oversat af Elling Schwabe-Hansen, Helge Høibraaten, og Jon Øien. Gyldendal Norsk Forlag.
- . 1994. "Forord til nyudgivelsen af Strukturwandel der Öffentlichkeit". Oversat af John Mortensen. *MedieKultur - tidsskrift for medie- og kommunikationsforskning*, 10 (22). S. 53–64.
- Helles, Rasmus. 2013. "Medium theory (Toronto-skolen)". *Medie- og kommunikationsleksikon*.
- Helles, Rasmus, og Hjarvard, Stig. 2014. *Seertal og webtrafik*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Hellman, Heikki. 2001. "Diversity - An end in itself? Developing a multi-measure methodology of television programme variety studies". *European Journal of Communication*, 16 (2). S. 181–208.
- Hellman, Heikki, og Sauri, Tuomo. 1994. "Public service television and the tendency towards convergence: Trends in prime-time programme structure in Finland, 1970-92". *Media, Culture & Society*, 16 (1). S. 47–69.
- Hendy, David. 2013. *Public Service Broadcasting*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Hildén, Jockum. 2013. "European Public Service Broadcasting Online - Services and Regulation". Finland: University of Helsinki, Communications Research Centre.

- Hjarvard, Stig. 1999. *Tv-nyheder i konkurrence*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- . 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- . 2018. "Public Service in the Age of Social Network Media". I *Public Service Media in the Networked Society*, redigeret af Gregory F. Lowe, Hilde Van den Bulck, og Karen Donders. S. 59–74. Göteborg: Nordicom.
- "Hjælp til DR TV". u.å. DR. Set 7. juni 2016. <https://www.dr.dk/hjaelp/drtv/spoergsmaal-og-svar>.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang. 1987. "National identity and cultural values: Broadcasting safeguards". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31 (1). S. 57–72.
- Holm, Hans-Henrik. 2007. "Public service-journalistik? Væsentlighed, publikumsinteresse og demokratisk handling". I *DR og TV 2 - i folkets tjeneste?*, redigeret af Martin B. Carstensen, Flemming Svith, og Per Mouritsen. S. 69–91. Århus: Forlaget Ajour.
- Holtz-Bacha, Christina. 2005. "The EU, the member states and the future of public broadcasting". *Doxa* 3. S. 231–37.
- . 2015. "The Role of Public Service Media in Nation-Building". I *Public Service Media in Europe*, redigeret af Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, og Raymond Kuhn. S. 27–40. London & New York: Routledge.
- Humphreys, Peter. 2010. "EU state aid rules, public service broadcasters' online media engagement and Public Value Tests: the German and UK cases compared". *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 1 (2). S. 171–184.
- "Hvad er DR TV?" 2014. 30. maj 2014. http://www.dr.dk/Temaer/DR_TV/2014/05/30/185846.htm.
- Ibarra, Karen Arriaza, Eva Nowak, og Raymond Kuhn, red. 2015. *Public Service Media in Europe: A Comparative Approach*. London & New York: Taylor and Francis.
- Ihlebak, Karoline A., Syvertsen, Trine og Ytreberg, Espen. 2014. "Keeping Them and Moving Them: TV Scheduling in the Phase of Channel and Platform Proliferation". *Television & New Media*, 15 (5). S. 470–86.
- Ihlebak, Karoline A., Syvertsen, Trine og Ytreberg, Espen. 2011. "Farvel til mangfoldet? - Endringer i norske TV-kanalers programlegging og sendeskjemaer etter digitaliseringen". *Norsk Medietidsskrift*, 18 (3). S. 217–36.
- Iosifidis, Petros. 2010a. "Introduction". I *Reinventing Public Service Communication*, 1–6. London: Palgrave Macmillan.
- . 2010b. "Pluralism and Funding of Public Service Broadcasting across Europe". I *Reinventing Public Service Communication*. S. 23–35. London: Palgrave Macmillan.
- Jacka, Elizabeth. 2003. "'Democracy as Defeat': The Impotence of Arguments for Public Service Broadcasting". *Television & New Media*, 4 (2). S. 177–191.
- Jakubowicz, Karol. 2003. "Bringing Public Service to Account". I *Broadcasting & Convergence: New Articulations of the Public Service Remit*, redigeret af Gregory F. Lowe og Taisto Hujanen. S. 147–165. Göteborg: Nordicom.
- . 2008. "Public Service Broadcasting in the 21st Century: What Chance for a New Beginning?" I *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*, redigeret af Gregory F. Lowe og Jo Bardoel. S. 29–49. Göteborg: Nordicom.
- . 2010. "PSB 3.0: Reinventing European PSB". I *Reinventing Public Service Communication*, redigeret af Petros Iosifidis. S. 9–22. London: Palgrave Macmillan.
- . 2013. "From PSB to PSM: A New Promise for Public Service Provision in the Information Society". I *Media Freedom and Pluralism: Media Policy Challenges in the Enlarged Europe*, redigeret af Beata Klimkiewicz. S. 193–227. Hors collection. Budapest: Central European University Press.
- Jensen, Klaus Bruhn. 1993. *Når danskere ser TV: En undersøgelse af danske seeres brug og oplevelse af TV som flow*. 1. udgave. Frederiksberg: Samfundslitteratur.

- . 2012. "The complementarity of qualitative and quantitative methodologies in media and communication research". I *A Handbook of Media and Communication Research*, redigeret af Klaus Bruhn Jensen. Second edition. S. 283–301. London & New York: Routledge.
- Johnson, Catherine. 2012. *Branding Television*. London & New York: Routledge.
- . 2013a. "The Authorial Function of the Television Channel: Augmentation and Identity". I *A Companion to Media Authorship*, redigeret af Jonathan Gray og Derek Johnson. First Edition. S. 275–95. Oxford, UK: Wiley Blackwell.
- . 2013b. "The Continuity of 'Continuity': Flow and the changing experience of watching broadcast television". *Key Words: A Journal of Cultural Materialism*. Manuskript udlånt af forfatteren.
- . 2017. "Beyond catch-up: VoD interfaces, ITV Hub and the repositioning of television online". *Critical Studies in Television*, 12 (2). S. 121–138.
- "Jyske Bank TV". u.å. Jyske Bank TV. Set 3. april 2018. <https://jyskebank.tv/>.
- Kantar Gallup. u.å. "Se beskrivelsen af Gallup Kompas her". Tilgået 2. juni 2018. <http://www.gallup.dk/da/kompas-segmenter>.
- Kantar Gallups TV-Meter. 2017.
- Karppinen, Kari, og Moe, Hallvard. 2012. "What We Talk about When We Talk about Document Analysis". I *Trends in Communication Policy Research: New Theories, Methods and Subjects*, redigeret af Natascha Just og Manuel Puppis. S. 177–194. Bristol: Intellect Books.
- Keane, John. 1995. "Structural Transformations of the Public Sphere". *The Communication Review*, 1 (1). S. 1–22.
- Knudsen, Henrik G., og Svenningsen, Uffe H.. 2017. "Det store fællesskab viger pladsen for de små". DR Medieforskning. <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning/medieudviklingen/2017/det-store-faellesskab-viger-pladsen-de-smaa>.
- Knudsen, Sune. 2018. "DR skruer op for dokumentarer til streamerne". DR. 14. maj 2018. <https://www.dr.dk/presse/dr-skruer-op-dokumentarer-til-streamerne>.
- Kvale, Steinar, og Brinkmann, Svend. 2009. *Interview: Introduktion til et håndværk*. Second edition. København: Hans Reitzels Forlag.
- Lassen, Julie Münster. 2011. "DR og danskheden: En analyse af det nationales betydning i DRs public service-forpligtelser". Speciale indleveret på Institut for Æstetiske Fag, Aarhus Universitet.
- . 2013. "Nationalitetskonstruktion i dansk public service". *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 15 (02). S. 235–252.
- Leurdijk, Andra. 2007. "Public Service Media Dilemmas and Regulation in a Converging Media Landscape". I *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*, redigeret af Gregory F. Lowe og Jo Bardoel. S. 71–85. Göteborg: Nordicom.
- Light, Julie J. 2004. "Television Channel Identity: The Role of Channels in the Delivery of Public Service Television in Britain, 1996–2002". Glasgow: University of Glasgow, Department of Theatre, Film and Television Studies.
- Lobato, Ramon. 2018. "Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix". *Television & New Media*, 19 (3). S. 241–56.
- Lotz, Amanda D. 2007. *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- Lotz, Amanda D. 2017. *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television*. Maize Books. Michigan: Michigan Publishing.
- Lowe, Gregory F. (red.). 2010. *The Public in Public Service Media*. Göteborg: Nordicom.
- Lowe, Gregory F., og Bardoel, Jo (red.). 2008. *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Göteborg: Nordicom.

- Lowe, Gregory F., og Steemers, Jeanette. 2012. "Regaining the Initiative for Public Service Media". I *Regaining the Initiative for Public Service Media*, redigeret af Gregory F. Lowe og Jeanette Steemers. S. 9–23. Göteborg: Nordicom.
- Lowe, Gregory F., Van den Bulck, Hilde og Donders, Karen (red.). 2018a. *Public Service Media in the Networked Society*. Göteborg: Nordicom.
- . 2018b. "Public Service Media in the Networked Society: What Society? What Network? What Role?" I *Public Service Media in the Networked Society* redigeret af Gregory F. Lowe, Hilde Van den Bulck og Karen Donders. S. 11–26. Göteborg: Nordicom.
- Lund, Anker Brink. 2000. *Først med det sidste: en nyhedsuge i Danmark*. Århus: Ajour.
- . 2014. "Analyse: En ualmindelig almindelig nyhedsuge". *Journalisten*, 14. november 2014.
- Lunt, Peter, og Livingstone, Sonia. 2012. *Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. Los Angeles: Sage.
- Lunt, Peter, Livingstone, Sonia og Brevini, Benedetta. 2012. "Changing Regimes of Regulation. Implications for Public Service Broadcasting". I *Regaining the Initiative for Public Service Media*, redigeret af Gregory F. Lowe og Jeanette Steemers. S. 113–130. Göteborg: Nordicom.
- Lynggaard, Kenneth. 2010. "Dokumentanalyse". I *Kvalitative metoder*, redigeret af Svend Brinkmann og Lene Tanggaard. S. 137–151. København: Hans Reitzels Forlag.
- Madsen, Thomas Nygaard. 2015. "Rørbye Rønn: Fri og uhindret adgang er et DR-kerneprincip". MediaWatch. 17. september 2015.
- . 2018. "Politikere vil forhindre DR og TV 2 i at sende dyr drama samtidig". MediaWatch. 15. februar 2018.
- "mangfoldighed — Den Danske Ordbog". u.å. Tilgået 16. juni 2018. <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=mangfoldighed>.
- McQuail, Denis. 1993. *Media Performance, Mass Communication and the Public Interest*. Reprinted. London: Sage Publications.
- . 2011. *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- "Medieaftale for 2019-2023". 2018.
- "Mediepolitisk aftale for 2015-2018". 2014.
- Meyrowitz, Joshua. 1987. *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- . 1994. "Medium Theory". I *Communication Theory Today*, redigeret af David Crowley og David Mitchell. S. 50–77. Cambridge: Polity Press.
- Moe, Hallvard. 2009. "Public Broadcasters, the Internet and Democracy: Comparing Policy and Exploring Public Service Media Online". Bergen: Universitetet i Bergen, Inst. for Informasjons- og Medievitenskap.
- . 2010. "Governing Public Service Broadcasting: 'Public Value Tests' in Different National Contexts". *Communication, Culture & Critique*, 3 (2). S. 207–223.
- Moe, Hallvard, og Syvertsen, Trine. 2009. "Researching Public Service Broadcasting". I *The Handbook of Journalism Studies*, redigeret af Karin Wahl-Jørgensen og Thomas Hanitzsch. S. 398–412. New York and London: Routledge.
- Mortensen, Frands. 1992. *Satellit- og kabel-TV som trussel imod public service*. København: Nordisk Ministerråd.
- . 2008. "Indledning". I *Public service i netværkssamfundet*, redigeret af Frands Mortensen. S. 9–29. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Mortensen, Frands, og Møller, Jørn. 1977. "Offentlighedsteori". *Politica*, 9 (2). S. 8-25.
- Mortensen, Frands, og Nordisk Embedsmandskomité for Forbrugerspørgsmål. 1987. *Konsumenten og de nye medier*. Oslo: Nordisk Embetsmannskomite for konsumentspørgsmål.

- Mouritsen, Per. 2007. "Fem opfattelser af tv og radio 'i folkets tjeneste'". I *DR og TV2 - i folkets tjeneste?*, redigeret af Martin B. Carstensen, Flemming Svith, og Per Mouritsen. Public service - medier og demokrati. S. 25-51. Århus: Forlaget Ajour.
- Murdock, Graham. 1990. "Medier, offentlighed og marked. Kommunikation og politisk myndiggørelse i kapitalistiske demokratier". *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 6 (13). S. 82-102.
- . 2005. "Building the Digital Commons. Public Broadcasting in the Age of the Internet". I *Cultural Dilemmas in Public Service Broadcasting*, redigeret af Gregory F. Lowe og Per Jauert. S. 213-230. Göteborg: Nordicom.
- . 2018. "Reclaiming Digital Space: From Commercial Enclosure to the Broadcast Commons". I *Public Service Media in the Networked Society*, redigeret af Gregory F. Lowe, Hilde Van den Bulck, og Karen Donders. S. 43-58. Göteborg: Nordicom.
- Mørkeberg, Julie. 2016. "Jakob Stegelmann vælger, hvad du ser i 'Disney Sjøv'". DR. 2. marts 2016. <https://www.dr.dk/om-dr/nyheder/jakob-stegelmann-vaelger-hvad-du-ser-i-disney-sjov>.
- Negroponte, Nicholas. 1995. *Being digital*. New York: Knopf.
- "Netflix Ratings & Recommendations". u.å. Help Center. Set 20. februar 2017. <https://help.netflix.com/en/node/9898>.
- Nissen, Christian S. 2006. "Public service media in the information society". Strasbourg Cedex: Media Division, Directorate of Human Rights, Council of Europe.
- . 2007. *Generalens veje og vildveje - 10 år i Danmarks Radio*. København: Gyldendal.
- . 2013. "Introduction: What's so Special about Nordic Public Service Media?" I *Public Service Media from a Nordic Horizon*, redigeret af Ulla Carlsson. S. 9-16. Göteborg: Nordicom.
- . 2015. "Digitization and PSM in Europe". I *Public Service Media in Europe: A Comparative Approach*, redigeret af Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, og Raymond Kuhn. S. 89-107. New York: Routledge.
- Nord, Lars. 2009. "What is Public Service on the Internet?: Digital Challenges for Media Policy in Europe". *OBS - Observatorio*, 3 (2). S. 24-39.
- Ofcom. 2005. "Ofcom review of public service television broadcasting: Phase 3 - Competition for quality". Ofcom. https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0017/15911/psb3.pdf.
- "Overgang til MPEG4: Slots- og Kulturstyrelsen". u.å. Set 16. december 2016. <http://slks.dk/medier/tv/overgang-til-mpeg4/>.
- Peacock, Alan. 1986. "Report of the Committee on Financing the BBC. Chairman: Alan Peacock". London: HMSO.
- Public service-udvalget. 2016. "Public service de næste 10 år". København: Kulturministeriet.
- Rasmussen, Palle. 2013. "Offentlighed". *Den Store Danske*. Gyldendal. <http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=134585>.
- Rasmussen, Terje. 2009. "The Significance of Internet Communication in Public Deliberation". *Javnost - the public*, 16 (1). S. 17-32.
- . 2016. *The Internet Soapbox: Perspectives on a changing public sphere*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Reseke, Louise og Steen, Morten. 2016. "DR slukker for Ultra på flow-tv i 2020". MediaWatch. 12. september 2016.
- Rønn, Maria Rørbye. 2015. "DR: De store udfordringer kommer fra Google og Facebook". *Jyllands-Posten*. 10. september 2015.
- Scannell, Paddy. 1989. "Public service broadcasting and modern public life". *Media, Culture and Society*, SAGE Social Science Collections, 11 (2). S. 135-166.
- . 1990. "Public Service Broadcasting: The History of a Concept". I *Understanding Television*, redigeret af Andrew Goodwin og Garry Whannel. S. 11-29. London: Routledge.

- . 1994. "Kommunikativ intentionaltet i radio og fjernsyn". Oversat af Stig Hjarvard. *MedieKultur - tidsskrift for medie- og kommunikationsforskning*, 10 (22). S. 30–40.
- "Se DR TV på dit fjernsyn". u.å. Set 12. februar 2017.
http://www.dr.dk/Temaer/DR_TV/2014/05/30/171625.htm.
- Slots- og Kulturstyrelsen. 2016. "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2016". København.
- . 2018. "Rapportering om mediernes udvikling i Danmark 2018". København: Slots- og Kulturstyrelsen.
- Steemers, Jeanette. 2017a. "International perspectives on the funding of public service media content for children." *Media International Australia*, 163 (1). S. 42–54.
- . 2017b. "Public Service Broadcasting, Children's Television and Market Failure: The case of the United Kingdom." *International Journal on Media Management* 19 (4). S. 298–314.
- Stigel, Jørgen. 2004. "TV's egenreklame og kanalstemmen - en kvalitativ undersøgelse". *MedieKultur - tidsskrift for medie- og kommunikationsforskning*, 20 (37). S. 24–35.
- Støvring, Kasper. 2010. *Sammenhængskraft*. København: Gyldendal.
- Svendsen, Erik Nordahl, og Nielsen, Alexander P.. 1996. "'Danskernes brug af TV' / 'TV som kanaler'". I *TV-Medieforskning i Danmarks Radio 1994-1995*. S. 24–43.
- Svith, Flemming. 2007. "Public service per stedfortræder". I *DR og TV 2 - i folkets tjeneste?*, redigeret af Martin B. Carstensen, Flemming Svith, og Per Mouritsen. S. 93–109. Public service - medier og demokrati. Århus: Forlaget Ajour.
- Syvvertsen, Trine. 1992. "Public Television in Transition: A Comparative and Historical Analysis of the BBC and the NRK". Ph.D., England: University of Leicester (United Kingdom).
- . 1997. *Den store TV-krigen: Norsk allmennfjernsyn 1988-96*. Bergen: Fagboklaget.
- . 1999. "The Many Uses of the 'Public Service' Concept". *Nordicom Review* 20 (1). S. 5–12.
- . 2003. "Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization". *Television and New Media*, 4 (2). S. 155–75.
- Syvvertsen, Trine; Enli, Gunn Sara; Mjøs, Ole J. og Moe, Hallvard. 2014. *The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Søndergaard, Henrik. 1992. "Fra programflade til kontakthæde. Det 'moderniserede' public-service koncept i DR's TV". *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 8 (17). S. 45-60.
- . 1994. *DR i tv-konkurrencens tidsalder*. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- . 1995. *Public service i dansk fjernsyn: Begreber, status og scenarier*. Rapport. København: Statsministeriets Medieudvalg.
- . 1996. "Nordisk forskning i public service". I *Nordisk forskning om public service: radio och TV i allmänhetens tjänst*, redigeret af Olof Hultén, Henrik Søndergaard, og Ulla Carlsson. S. 19-29. Göteborg: Nordicom.
- . 1999. "Public service-mediernes situation - set fra Danmark". Rapport. København.
- . 2002. "Konvergens og divergens: Nogle hovedtendenser i medieudviklingen i Danmark set i et brugerperspektiv". Rapport. København.
- . 2003. "Programfladestyring og organisationsforandringer i nordisk public service-fjernsyn". *MedieKultur: Journal of media and communication research* 19 (35). S. 45–60.
- . 2005. "DR's udfordringer". Rapport. København.
- Sørensen, Inge Ejbye. 2014. "Channels as content curators: Multiplatform strategies for documentary film and factual content in British public service broadcasting". *European Journal of Communication*, 29 (01). S. 34–49.
- Sørensen, Jannick Kirk. 2011. "The Paradox of Personalisation: Public Service Broadcasters' Approaches to Media Personalisation Technologies". Odense: Institut for Litteratur, Kultur og Medier, Syddansk Universitet.

- Sørensen, Jannick Kirk, og Hutchinson, Jonathon. 2018. "Algorithms and Public Service Media". I *Public Service Media in the Networked Society*, redigeret af Gregory F. Lowe, Hilde Van den Bulck, og Karen Donders. S. 91–106. Göteborg: Nordicom.
- Thompson, John B. 1994. "Social Theory and the Media". I *Communication Theory Today*, redigeret af David Crowley og David Mitchell. S. 27–49. Oxford, UK: Polity Press.
- . 1997. *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Thomsen, Line Hassall. 2013. "New Struggles, Old Ideas: The Everyday struggle towards being a 'Good Journalist' inside public service TV newsrooms in the UK and Denmark." Aarhus: Aarhus Universitet, Institut for Æstetik og Kommunikation.
- Thurman, Neil, og Schifferes, Steve. 2012. "The Future of Personalization at News Websites: Lessons from a Longitudinal Study". *Journalism Studies*, 13 (5–6). S. 775–790.
- "Tilladelse til TV 2 DANMARK A/S til at udøve public service-programvirksomhed". 2014. TNS Gallup. 2016. "TV-Meter Årsrapport 2015".
- Tracey, Michael. 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- "TV Viewing: Daily Reach 2000-2017". u.å. <http://www.nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediestatistik>. Tilgået 5. august 2018.
- Uricchio, William. 2004. "Television's Next Generation: technology/interface culture/flow". I *Television after TV: Essays on a medium in transition*, redigeret af Lynn Spigel og Jan Olsson. S. 163–182. Durham; London: Duke University Press.
- van Cuilenburg, Jan, og McQuail, Denis. 2003. "Media Policy Paradigm Shifts". *European Journal of Communication*, 18 (2). S. 181–207.
- Van den Bulck, Hilde, og Enli, Gunn Sara. 2012. "Bye Bye 'Hello Ladies?' In-Vision Announcers As Continuity Technique in a European Postlinear Television Landscape: The Case of Flanders and Norway". *Television & New Media*, 15 (5). S. 453–469.
- Van den Bulck, Hilde. 2001. "Public Service Television and National Identity as a Project of Modernity: The Example of Flemish Television". *Media, Culture and Society*, 23 (1). S. 53–69.
- Van den Bulck, Hilde, og Moe, Hallvard. 2018. "Public service media, universality and personalisation through algorithms: mapping strategies and exploring dilemmas". *Media, Culture & Society*, 40 (6). S. 875–892.
- Webster, James G. 2014. *The Marketplace of Attention: How Audiences Take Shape in a Digital Age*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Webster, James G., og Ksiazek, Thomas B.. 2012. "The Dynamics of Audience Fragmentation: Public Attention in an Age of Digital Media". *Journal of Communication*, 62 (1). S. 39–56.
- Wilhjelm, Preben. 1998a. "Indledning: Kort rids af tokanal-systemets historie". I *DRTVs frække lillesøster: konsekvenserne af tokanal-systemet, kvalitetskriterier for public service*, redigeret af Preben Wilhjelm. S. 11–17. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- . 1998b. "Smalle udsendelser". I *DRTVs frække lillesøster: konsekvenserne af tokanal-systemet, kvalitetskriterier for public service*, redigeret af Preben Wilhjelm. S. 41–54. Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Williams, Raymond. 2003 [1974]. *Television, Technology and Cultural Form*. Ny udgave med forord af Roger Silverstone. Routledge Classics. London & New York: Routledge.
- Ytreberg, Espen. 1999. "Allmennkringkastingens autoritet: Endringer i NRK Fjernsynets tekstproduksjon, 1987-1994". Doktorgradsafhandling, Oslo: Universitetet i Oslo.
- . 2002. "Continuity in Environments: The Evolution of Basic Practices and Dilemmas in Nordic Television Scheduling". *European Journal of Communication*, 17 (3). S. 283–304.
- Østbye, Helge; Helland, Knut; Knapskog, Karl og Hillesund, Terje. 1997. *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Bilag 1: Fortegnelse over interviewpersoner

Nedenstående liste angiver interviewpersonernes navn og titel på det tidspunkt, hvor interviewet blev foretaget, samt den dato hvor interviewet fandt sted.

Irene Strøyer, kanalchef på DR3, interviewet 5/2 2016

Morten Skov Hansen, kanalchef på DR Ramasjang og DR Ultra, interviewet 8/2 2016

Christoffer Guldbrandsen, kanalchef på DR2, interviewet 9/2 2016

Flemming Hedegaard Larsen, kanalchef på DR K, interviewet 10/2 2016

Henriette Marienlund, konstitueret kanalchef på DR1, interviewet 10/2 2016

Gitte Rabøl, mediedirektør i DR, interviewet 18/2 2016

Malene Birkebæk, chef for DR Markedsføring, interviewet 1/3 2016

Regitze L.S. Heiberg, indkøber til DR Ramasjang og DR Ultra, interviewet 10/3 2016

Henrik Birck, planredaktionschef i DR, interviewet 18/3 2016

Steen Salomonsen, indkøber af fiktionsfilm, interviewet 21/3 2016

Christian Boye-Roed, digital planredaktør i DR, interviewet 21/3 2016

Malene Skaaning Andersen, dagredaktør og tv-spot planner i DR, interviewet 1/4 2016

Peter Rosberg, chef for sport, plan og indkøb i DR, interviewet 6/4 2016

Lars Grarup, tidligere mediedirektør i DR, på tidspunkt for interviewet direktør i produktionsselskabet Skylark, interviewet 18/4 2016

Kaare Schmidt, indkøber af fiktionsserier i DR, interviewet 26/4 2016

Arne Helsing, TV-direktør i NRK, interviewet 8/6 2016.

Bilag 2: Sendetimeopgørelser 2005

Hele døgnet

Nyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	712	698	15
	DR2	277	277	
Total		989	975	15

Aktualitet og debat				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	847	315	533
	DR2	745	538	207
Total		1592	853	739

Oplysning og kultur				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	1662	420	1242
	DR2	1508	578	929
Total		3169	998	2172

Undervisning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR2	144	55	89
	DR1	157	3	154
Total		302	58	243

Musik				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	409	178	231
	DR2	58	34	24
Total		467	212	255

Underholdning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	326	178	147
	DR2	52	25	28
Total		378	203	175

Dansk/nordisk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	424	121	303
	DR2	104	42	62
Total		528	163	365

Udenlandsk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	1403	634	769
	DR2	1017	428	588
Total		2419	1062	1357

Sport inkl. Sportsnyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	250	211	40
	DR2	82	67	15
Total		332	278	55

Præsentationssendetimer						
		Total				
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse		
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal
	DR1	223	217	6		
	DR2	99	96	3		
Total		322	314	9		51870

Kl. 17-24

2005,	Kl. 17-24			
Alm. Nyheder				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	309	309	0
	DR2	262	262	0
Total		570	570	0

2005,	kl. 17-24			
Aktualitet og debat				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	293	266	27
	DR2	207	125	82
Total		500	391	109

2005,	kl. 17-24			
Oplysning og kultur				
	Total			
	Sendstatus		Genudsendelse	Førstegangssendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	449	176	273
	DR2	1115	576	539
Total		1564	752	812

2005,	kl. 17-24			
Undervisning				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR2	42	24	19
	DR1	6	0	6
Total		49	24	24

2005,	kl. 17-24			
Musik				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	74	51	23
	DR2	39	27	12
Total		113	78	35

2005,	kl. 17-24			
Underholdning				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	162	111	51
	DR2	42	21	21
Total		204	132	72

2005,	kl. 17-24			
Dansk/nordisk fiktion				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	277	107	170
	DR2	69	26	42
Total		346	134	213

2005,	kl. 17-24			
Udenlandsk fiktion				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	950	511	439
	DR2	796	372	424
Total		1747	883	863

2005,	kl. 17-24			
Sport (inkl. Sportsnyheder)				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	115	107	8
	DR2	55	42	12
Total		170	150	20

2005,	kl. 17-24					
Programpræsentationer						
	Total					
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse		
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal
	DR1	108	107	1		
	DR2	70	68	2		
Total		179	175	4		29614

Bilag 3: Sendetimeopgørelser 2010

Hele døgnet

2010				
Nyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Channel	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	DR1	389	373	16
	DR2	464	375	90
	DR1+DR2	853	748	105
	DR Update	8760	250	8510
Total		9613	998	8615

2010				
Aktualitet og debat				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	942	386	556
	DR2	337	131	207
	DR3	216	48	168
	DR Ramasjang	8	1	7
	DR K	66	2	65
Total		1569	566	1003

2010				
Oplysning og kultur				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR2	1563	534	1029
	DR3	1675	247	1429
	DR K	1861	344	1516
	DR Ramasjang	951	187	763
	DR1	1603	451	1152
Total		7652	1763	5889

2010				
Undervisning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	144	8	136
	DR2	398	185	213
Total		542	192	350

2010				
Musik				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	576	301	274
	DR K	295	88	206
	DR3	12	1	12
	DR2	105	61	44
	DR Ramasjang	61		61
Total		1049	451	598

2010				
Underholdning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR K	336	7	329
	DR Ramasjang	235	1	234
	DR1	248	127	121
	DR2	13	6	6
	DR3	3	0	3
Total		835	141	694

2010				
Dansk/nordisk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	623	116	506
	DR2	79	28	51
	DR K	278	12	266
	DR Ramasjang	860	33	827
	DR3	119	1	118
Total		1958	191	1767

2010				
Udenlandsk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	2022	391	1631
	DR2	1104	338	766
	DR3	943	111	832
	DR K	959	162	796
	DR Ramasjang	3015	168	2848
Total		8044	1170	6874

2010				
Sport inkl. Sportsnyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	278	266	13
	DR3	299	166	134
	DR2	88	81	7
	DR K	2		2
Total		667	512	155

2010						
Præsentationssendetimer						
		Total				
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse		
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal
	Channel					
	DR1	287	287	0		
	DR2	120	120	0		
	DR3	90	90	0		
	DR K	100	100	0		
	DR Ramasjang	235	235	0		
	DR Update	0	0	0		
Total		832	832	0		130299

Kl. 17-24

2010,	kl. 17-24			
Nyheder				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	290	290	0
	DR2	377	356	21
	DR1+DR2	667	645	21
	DR Update	2555	73	2482
Total		3222	718	2503

2010,	kl. 17-24			
Aktualitet og debat				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	404	347	57
	DR3	188	38	149
	DR2	209	114	94
	DR Ramasjang	4	1	3
	DR K	61	2	59
Total		865	502	363

2010,	kl. 17-24			
Oplysning og kultur				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR2	1036	444	592
	DR3	1325	236	1088
	DR K	1229	323	906
	DR1	454	240	215
	DR Ramasjang	325	155	170
Total		4370	1399	2971

2010,	kl. 17-24			
Undervisning				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	18	7	11
	DR2	19	9	10
Total		37	17	20

2010,	kl. 17-24			
Musik				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	58	44	14
	DR K	164	87	77
	DR3	8	0	7
	DR Ramasjang	19	0	19
	DR2	40	25	15
Total		289	156	133

2010,	kl. 17-24			
Underholdning				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR K	331	7	325
	DR Ramasjang	108	0	107
	DR1	102	73	28
	DR2	11	6	5
	DR3	2	0	1
Total		554	87	467

2010,	kl. 17-24			
Dansk/nordisk fiktion				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	333	101	232
	DR2	68	27	42
	DR K	239	12	226
	DR Ramasjang	307	19	287
	DR3	118	1	117
Total		1065	160	905

2010,	kl. 17-24			
Udenlandsk fiktion				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	831	263	567
	DR2	791	259	532
	DR3	739	111	627
	DR K	569	160	408
	DR Ramasjang	516	47	469
Total		3445	841	2604

2010,	kl. 17-24			
Sport (inkl. Sportsnyheder)				
	Total			
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	135	135	0
	DR3	130	83	48
	DR2	52	48	4
	DR K	2		2
Total		320	266	54

2010,	kl. 17-24					
Præsentationssendetimer						
	Total					
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse		
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal
	Channel					
	DR1	108	108			
	DR2	77	77			
	DR3	63	63			
	DR K	67	67			
	DR Ramasjang	85	85			
Total		400	400			60730

Bilag 4: Sendetimeopgørelser 2015

Hele døgnet

2015				
Nyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	352	332	21
	DR2	3040	1642	1397
	DR Ultra	72	31	41
	DR Ramasjang	9	9	0
Total		3474	2014	1459

2015				
Aktualitet og debat				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	592	367	225
	DR2	1918	719	1198
	DR3	434	88	346
	DR Ramasjang	122	4	118
	DR K	212	23	189
	DR Ultra	175	12	163
Total		3452	1212	2240

2015				
Oplysning og kultur				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	2606	490	2116
	DR2	2318	384	1934
	DR3	3265	381	2883
	DR K	4327	508	3819
	DR Ramasjang	1595	56	1539
	DR Ultra	962	83	879
Total		15072	1902	13170

2015				
Undervisning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR2	12	0	12
	DR1	10	2	8
Total		22	2	20

2015				
Musik				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendsendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	46	27	19
	DR3	293	108	186
	DR K	262	75	186
	DR Ultra	74	5	69
	DR Ramasjang	87	0	87
	DR2	8	2	6
Total		770	217	553

2015				
Underholdning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR3	478	183	295
	DR Ramasjang	153	25	127
	DR Ultra	513	15	498
	DR K	709	6	703
	DR1	161	61	100
	DR2	33	14	19
Total		2047	304	1743

2015				
Dansk/nordisk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	331	69	263
	DR2	168	52	116
	DR K	599	26	573
	DR Ramasjang	1057	32	1025
	DR Ultra	530	41	489
	DR3	72	12	61
Total		2758	233	2525

2015				
Udenlandsk fiktion				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	4064	376	3688
	DR2	1029	251	778
	DR3	2299	285	2014
	DR K	1660	150	1510
	DR Ramasjang	1889	99	1790
	DR Ultra	2931	247	2684
Total		13872	1408	12464

2015				
Sport inkl. Sportsnyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	226	209	17
	DR Ultra	96	23	73
	DR3	314	295	19
	DR2	8	8	0
	DR K	1	0	1
Total		645	534	111

2015						
Præsentationssendetimer						
		Total				
	Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse		
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal
	Channel					
	DR1	198	198	0		
	DR2	148	148	0		
	DR3	236	236	0		
	DR K	202	202	0		
	DR Ramasjang	243	243	0		
	DR Ultra	152	152	0		
Total		1179	1179	0		181319

Kl. 17-24

2015,	kl. 17-24			
Nyheder				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendselse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	337	318	19
	DR2	465	429	35
	DR Ultra	28	27	1
	DR Ramasjang	9	9	0
Total		839	784	55

2015,	kl. 17-24			
Aktualitet og debat				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendselse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	369	347	22
	DR2	719	340	379
	DR3	186	79	107
	DR K	79	22	57
	DR Ultra	34	12	22
	DR Ramasjang	13	4	9
Total		1400	803	596

2015,	kl. 17-24			
Oplysning og kultur				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendselse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR1	458	273	185
	DR2	744	254	490
	DR3	742	304	438
	DR K	1496	340	1157
	DR Ramasjang	356	47	309
	DR Ultra	249	76	173
Total		4045	1293	2752

2015,	kl. 17-24			
Undervisning				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendselse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR2	6	0	6
	DR1	6	2	3
Total		11	2	9

2015,	kl. 17-24			
Musik				
		Total		
	Sendstatus		Førstegangssendselse	Genudsendelse
		Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]
	Channel			
	DR K	106	61	45
	DR1	34	23	11
	DR3	109	76	32
	DR Ultra	38	5	34
	DR Ramasjang	13		13
	DR2	5	2	3
Total		305	166	139

2015,	kl. 17-24			
Underholdning				
	Total			
Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse	
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	
Channel				
DR K	51	3	49	
DR1	119	59	60	
DR Ultra	95	12	82	
DR3	236	175	62	
DR Ramasjang	46	11	35	
DR2	21	10	11	
Total	569	270	299	

2015,	kl. 17-24			
Dansk/nordisk fiktion				
	Total			
Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse	
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	
Channel				
DR1	251	56	195	
DR2	109	44	65	
DR Ramasjang	223	24	199	
DR Ultra	283	40	244	
DR K	220	22	198	
DR3	39	9	30	
Total	1125	195	930	

2015,	kl. 17-24			
Udenlandsk fiktion				
	Total			
Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse	
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	
Channel				
DR1	917	238	679	
DR2	596	216	381	
DR3	1041	214	826	
DR K	600	118	482	
DR Ramasjang	400	29	371	
DR Ultra	859	177	682	
Total	4413	993	3420	

2015,	kl. 17-24			
Sport (inkl. Sportsnyheder)				
	Total			
Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse	
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]	
Channel				
DR1	96	87	9	
DR Ultra	30	11	19	
DR3	143	136	6	
DR2	6	6	0	
DR K	1	0	1	
Total	275	240	36	

2015,	kl. 17-24					
Præsentationssendetimer						
	Total					
Sendstatus		Førstegangssendelse	Genudsendelse			
	Duration [hours]	Duration [hours]	Duration [hours]		Antal	
Channel						
DR1	88	88	0			
DR2	68	68	0			
DR3	89	89	0			
DR K	72	72	0			
DR Ramasjang	61	61	0			
DR Ultra	52	52	0			
Total	430	430	0			66950

Bilag 5: Seertal for DR1 2015

Tallene er trukket fra Kantar Gallups TV-Meter for perioden 1/1-31/12 2015.

kl. 17-18				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS17:00-18:00	143	2,7	100	16,7
kl. 18-19				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS18:00-19:00	331,8	6,3	100	29,1
kl. 19-20				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS19:00-20:00	370,7	7	100	24,2
kl. 20-21				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS20:00-21:00	626	11,8	100	31,8
kl. 21-22				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS21:00-22:00	584,1	11	100	29,4
kl. 22-23				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS22:00-23:00	390,4	7,4	100	25
kl. 23-24				
Units >>	Rtg(000)	Rtg%	TgAfin%	Share
Timebands	DR1	DR1	DR1	DR1
MTWTFSS23:00-24:00	247,6	4,7	100	26,4

Bilag 6: Programplaner, uge 40 2005

DR1, uge 40 2005

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Lille Nørd	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Mini-Go!	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Fjernsyn for dig	18.00-18.30 Pip og papegøje
	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-19.00 TV-Avisen med sport og vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med vejret	18.30-18.55 TV-Avisen med vejret
	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark	18.55-19.25 Dagens Danmark	19.00-20.00 Disney sjov	19.05-19.30 Hunde på job	19.00-19.30 Allo! Allo!
19.00	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen	19.25-19.30 TV-Avisen		19.30-20.00 Julie	19.30-20.00 Sådan ligger landet
	19.30-20.00 Derhjemme	19.30-20.00 Statsministeren i krydsild	19.30-20.00 Hvad er det værd?	19.30-20.00 Lægens bord			
20.00	20.00-21.00 Rejseholdet	20.00-20.30 Sporløs	20.00-20.30 Nationen	20.00-20.30 Drømmehuse	20.00-21.00 Showtime	20.00-21.40 Vagabonderne på Bakkegården	20.00-21.00 Ørnen
		20.30-21.00 Hammerslag	20.30-21.00 DR Dokumentar	20.30-21.00 Showtime: Udfordringen			
21.00	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.30 TV-Avisen		21.00-21.15 TV-Avisen
	21.25-21.50 Horisont	21.25-21.50 Kontant	21.25-21.50 Profilen	21.25-21.50 Penge	21.30-21.40 Showtime: Kåringen		21.15-21.45 Søndag
	21.50-22.00 SportNyt	21.50-22.00 SportNyt	21.50-22.30 Håndbold-Onsdag	21.50-22.00 SportNyt	21.40-23.35 Ondskabens øjne	21.40-23.45 For your eyes only	21.45-22.00 Søndags-Sporten
22.00	22.00-23.40 Måske skyldig	22.00-23.40 Måske skyldig	22.30-22.40 SportNyt	22.00-22.40 Blind Justice			22.00-22.40 De skrev historie
			22.40-23.25 Håndbold-Onsdag	22.40-23.10 Negermagasinet			22.40-23.30 Kvinder hemmeligheder
23.00			23.25-23.30 Onsdags-Lotto	23.10-00.00 Drabsafdelingen			23.30-23.35 OBS
	23.40-23.45 OBS	23.40-00.20 Clement Direkte	23.30-00.00 Mod min vilje		23.35-01.10 Absolon		23.35-00.05 Depression
	23.45-00.15 VidenOm					23.45-00.30 Anklaget	

DR2, uge 40 2005

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	17.00-17.30 Deadline 17.00	17.00-17.30 Deadline 17.00	17.00-17.30 Deadline 17.00	17.00-17.30 Deadline 17.00	17.00-17.30 Deadline 17.00	17.15-19.15 Tema: De nye reportere	16.00-17.55 Charade
	17.30-18.00 Arbejdsliv	17.30-18.20 Lovejoy	17.30-18.20 Lovejoy	17.30-18.20 Lovejoy	17.30-18.20 Lovejoy		17.55-18.50 Forsyte- sagaen
18.00	18.00-18.55 Lovejoy	18.20-19.10 Malaria	18.20-19.10 Skyggesiden af Mount Everest	18.20-19.10 Malaria	18.20-18.50 Grænseløs kærlighed		
	18.55-19.10				18.50-19.30 Smags- dommerne		18.50-19.30 Tinas mad
19.00	Design og designere						
	19.10-20.00 Pilot Guides	19.10-20.00 Pilot Guides	19.10-20.00 Pilot Guides	19.10-20.00 Pilot Guides		19.15-20.00 Husker du...	19.30-20.00 Seernes have
					19.30-20.00 Sport med briller		
20.00	20.00-21.00 Køkken- drømme	20.00-20.30 Viden om	20.00-20.45 Dommedags- mysteriet	20.00-20.40 Debatten	20.00-20.50 Trekking i USA	20.00-22.30 Tema-lørdag: Kaskelot- hvalens hemmelighed	20.00-21.50 Nurse Betty
		20.30-22.30 Tematirsdag	20.45-21.15 Udeliv	20.40-21.50 Murder City	20.50-21.20 Gnavne gamle mænd		
21.00	21.00-22.30 Tysklands genforening		21.15-22.00 Husker du...		21.20-21.50 Den halve sandhed		
				21.50-22.30 Hvem er chef?	21.50-22.30 Clement Direkte		21.50-22.30 Danmark på film
22.00	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-22.50 Deadline	22.30-22.50 Deadline
						22.50-23.20 Jersild og spin	22.50-23.20 Deadline 2. sektion
23.00	23.00-23.50 Terrorismens tidsalder	23.00-00.00 Udefra	23.00-23.40 Danmark på film	23.00-23.40 Smags- dommerne	23.00-00.55 Musik- programmet: "DIG!"		23.20-23.50 Viden om
	23.50-00.20 Kolibrimanden		23.40-00.10 Deadline 2. sektion	23.40-01.25 Åbningsdebat fra Christiansborg		23.30-00.00 Clement Direkte	23.50-00.40 Alfred Hitchcock præsenterer: Jeg så det hele

Bilag 7: Programplaner, uge 46 2010

DR1, uge 46 2010

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Aftenshowet del I	18.00-18.30 Aftenshowet del I	18.00-18.30 Aftenshowet del I	18.00-18.30 Aftenshowet del I	18.00-18.30 Aftenshowet del I	18.00-18.30 Pingvinerne fra Madagaskar	18.00-18.30 Hammerslag
	18.30-19.00 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen 18.55-19.00 SportNyt	18.30-19.00 TV-Avisen
19.00	19.00-19.30 Aftenshowet del II	19.00-19.30 Aftenshowet del II	19.00-19.30 Aftenshowet del II	19.00-19.30 Aftenshowet del II	19.00-20.00 Disney sjov	19.00-19.30 Min sport	19.00-19.05 OBS 19.05-19.30 Geniale dyr
	19.30-20.00 Jamie Olivers eget køkken	19.30-20.00 Ha' det godt	19.30-20.00 Hvad er det værd?	19.30-20.00 Med andre øjne		19.30-20.00 Så er der hund	19.30-20.00 Nørd på eventyr
20.00	20.00-20.45 Lulu og Leon	20.00-20.30 Hammerslag	20.00-21.00 Levende begravet i Chile	20.00-20.30 Sporløs	20.00-21.00 Ørkenens sønner	20.00-21.25 Solkongen	20.00-21.00 Borgen
	20.45-21.00 Det søde liv	20.30-21.00 Stemmer fra Vollsmose		20.30-21.00 Fængslet			
21.00	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.25 TV-Avisen	21.00-21.30 TV-Avisen	21.25-23.00 Kriminal- kommissær Barnaby	21.00-21.40 21 Søndag
	21.25-21.50 Horisont	21.25-21.50 Kontant	21.25-21.50 Penge	21.25-21.50 Jersild Live	21.30-22.20 Det nye talk- show med Anders Lund Madsen		21.40-22.05 Fodbold- magasinet
	21.50-22.00 SportNyt	21.50-22.00 SportNyt	21.50-22.00 SportNyt	21.50-22.00 SportNyt			
22.00	22.00-23.35 Miss Marple	22.00-23.55 Johan Falk	22.00-23.30 Lewis	22.00-22.45 Hævet over mistanke 22.45-23.40 De forladte børn	22.20-00.10 Ikke et ord		22.05-22.55 Veninderne
23.00	23.35-23.40 OBS 23.40-00.10 Nabokrig	23.55-00.55 Borgen	23.30-00.20 Det nye talk- show med Anders Lund Madsen	23.40-00.15 Kriminal- kommissær Foyle		23.00-00.40 Kramer mod Kramer	22.55-00.30 Kriminal- kommissær Foyle

DR2, uge 46 2010

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	17.00-17.30 Deadline 17:00	17.00-17.30 Deadline 17:00	17.00-17.30 Deadline 17:00	17.00-17.30 Deadline 17:00	17.00-17.30 Deadline 17:00	16.35-18.00 Dokumania	16.00-18.00 Dollars
	17.30-18.15 Hamish Macbeth	17.30-18.15 Hamish Macbeth	17.30-18.15 Hamish Macbeth	17.30-18.15 Hamish Macbeth	17.30-18.15 Hamish Macbeth	18.00-18.30 24 timer vi aldrig glemmer	
18.00	18.15-18.40 The Daily Show	18.15-18.40 The Daily Show	18.15-18.40 The Daily Show	18.15-18.40 The Daily Show	18.15-18.40 The Daily Show	18.30-19.00 Historiske haver	18.00-18.20 Historien om toilettet
	18.40-19.30 Krigere	18.40-19.30 Krigere	18.40-19.30 Krigere	18.40-19.30 SS – Hitlers elite	18.40-19.30 SS – Hitlers elite		18.20-20.00 11. september 2001
19.00						19.00-19.30 Nak og Æd	
	19.30-20.00 DR2 Udland	19.30-20.00 DR2 Udland	19.30-20.00 DR2 Udland	19.30-20.00 DR2 Udland	19.30-20.00 DR2 Udland	19.30-20.00 Bonderøven	
20.00	20.00-20.30 DR2 Premiere	20.00-20.30 Viden om	20.00-20.25 Rytteriet	20.00-20.50 Debatten	20.00-20.50 Sherlock Holmes	20.00-22.30 DR2 Tema (fester verden rundt)	20.00-20.30 Historiske haver
	20.30-22.15 Jeg er ikke bange	20.30-20.50 So ein Ding	20.25-22.15 Marie Antoinette	20.50-21.35 Taggart	20.50-21.00 Historien om plastik		20.30-21.00 Så er der mad
21.00		20.50-22.10 Dokumania			21.00-21.30 Rytteriet		21.00-21.30 Bonderøven
				21.35-22.05 Hjælp, min kone er stadig skidesur	21.30-22.30 Husker du...		21.30-22.00 Nak & Æd
22.00				22.05-22.30 Pirat TV på DR2			22.00-22.30 Landeplagen
	22.15-22.30 Omars ark	22.10-22.30 Historien om konservesdåsen	22.15- 22.30 Koks i køkkenet				
	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-23.00 Deadline	22.30-22.55 Deadline	22.30-23.00 Deadline
						22.55-23.45 Debatten	
23.00	23.00-23.30 Mission ledelse	23.00-23.40 Opfindelsen af Dr. Nakamats	23.00-23.30 Så er der mad	23.00-23.40 Smags- dommerne	23.00-23.30 Landeplagen	23.45-01.10 Raseri i blodet	23.00-23.30 Deadline 2. sektion
	23.30-00.20 Mord på gården	23.40-00.00 The Daily Show	23.30-00.25 Lady Kul El Arab	23.40-00.00 The Daily Show	23.30-01.40 Den bedste		23.30-00.00 Viden om

DR K, uge 46 2010

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	17.05-17.55 Luftskibenes historie	17.05-17.55 Tutankhamuns ildkugle	17.00-17.55 Slaget ved Trafalgar	15.50-17.55 Krigeren og kejserinden	16.00-17.55 Tingenes tilstand	16.10-17.55 Clara og Frans af Assisi	17.10-17.55 Stjernemøder
	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang	17.55-18.00 Dagens sang
18.00	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza	18.00-20.00 Bonanza
	18.00-18.30 Landsbyen	18.00-19.00 Ingen slinger i valsen	18.00-18.30 Så gIKK	18.00-18.40 Lige i Øret	18.00-18.30 TV-Ansjosen	18.00-18.30 Pensionatet	18.00-18.30 Hvornår var det nu det var?
	18.30-19.00 Landsbyen		18.30-19.00 Familien Krahne	18.40-19.10 Normannerne (Dansk)	18.30-19.00 Station 13	18.30-18.50 Clausen og Hausgaard vender tilbage	18.30-19.00 Landsbyen
					18.50-19.00 Flid, fedt og snyd		
19.00	19.00-19.35 Mit liv som Bent	19.00-20.00 Ingen slinger i valsen	19.00-19.30 Gustav swinger med Buerne	19.10-19.40 Hvornår var det nu det var?	19.00-20.00 To fag frem	19.00-20.00 Kvit eller dobbelt	19.00-20.00 Ulrik Neumann
	19.35-20.00 Toast		19.30-20.00 Ingeborg, Arthur, Oskar og alle de andre	19.40-20.00 Celibidache dirigerer Bolero			
20.00	20.00-21.00 Slaget ved Trafalgar	20.00-20.25 Arkitektens vidundere	20.00-21.00 Faraoen med én gud	20.00-20.30 Kunstnermøder	20.00-20.50 Racerløb i Monaco	20.00-21.35 De elskende fra Pompeji	20.00-21.00 DR K Klassisk: Koncert for orkester
		20.25-20.30 Flashback					
		20.30-22.15 De elskende ved polarcirklen		20.30-21.25 Revolutionen på det hvide lærred	20.50-22.40 Clara og Frans af Assisi		
21.00	21.00-21.50 Den kinesiske mur		21.00-21.40 Kunstquiz	21.25-21.55 Kulturgeist		21.35-23.05 De elskende fra Pompeji	21.00-21.30 Kobra: På de høje hæle
	21.50-22.40 Edens Have i Cornwall		21.40-22.10 Ordkraft	21.55-00.15 Paris, Texas			21.30-22.10 Kunstquiz
22.00		22.15-23.00 Stjernemøder	22.10-23.05 Luftskibenes historie		22.40-23.30 Edens Have i Cornwall		22.10-00.05 Tingenes tilstand
23.00	23.05-23.55	23.00-23.30 Teddyboy	23.05-23.55			23.05-00.00	

	Tutankhamuns ildkugle	23.30-23.55 From Palestine with love	Krigskunst 23.55-00.45 Den kinesiske mur		23.30-23.55 Store mænd 23.55-00.50 Slaget ved Trafalgar	Revolutionen på det hvide lærred	
	23.55-00.45 Krigskunst	23.55-00.25 Kunstnermøder					

DR HD, uge 46 2010

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	16.40-17.30 SOS Havsnød	16.40-17.30 SOS Havsnød	17.05-17.30 Indsatsstyrkerne	17.05-17.30 Indsatsstyrkerne	17.05-17.30 Indsatsstyrkerne	16.00-17.20 Højt at flyve	16.10-17.20 Earth Touch
	17.30-18.20 Forunderlige verden	17.30-18.15 Forunderlige verden	17.30-18.15 Rejsen på kanten af verden	17.30-18.15 Rejsen på kanten af verden	17.30-18.15 Rejsen på kanten af verden	17.20-18.00 Virtuous	17.20-18.15 Mega nedbrydning
18.00	18.20-19.15 SOS: Katastrofe på havet	18.15-19.05 Verdens sværeste reparationer	18.15-19.05 Rovdyrenes ædegilde	18.15-19.05 Mega nedbrydninger	18.15-19.05 Ruslands vilde natur	18.00-18.50 Nordsøens helte	18.15-19.00 Justin og Scott i Papua Ny Guinea
19.00	19.15-20.00 Lulu og Leon	19.05-20.00 Kloden historie	19.05-20.00 De store rovdyr	19.05-20.00 De store rovdyr	19.05-20.00 De store rovdyr	18.50-19.40 Verdens sværeste reparationer	19.00-20.00 Borgen
						19.40-20.00 So ein Ding	
20.00	20.00-20.45 Lulu og Leon Samsendt m. DR1	20.00-21.30 U-Boat	20.00-20.25 Rytteriet	20.00-20.45 Justin og Scott i Etiopien	20.00-20.50 Delfinmarchen	20.00-20.50 SOS: Togulykke ved Osaka	20.00-21.00 Borgen Samsendt m. DR1
	20.45-21.35 Mega nedbrydning		20.25-22.20 Marie Antoinette Samsendt m. DR2	20.45-21.35 Ruslands vilde natur	20.50-21.40 Mega nedbrydning	20.50-22.40 Road House	21.00-22.35 Blind Horizon
21.00	21.35-22.20 Nordsøens helte	21.30-23.00 The Warriors		21.35-23.15 The Cooler	21.40-22.00 So ein Ding		
22.00					22.00-22.20 Paradise Island from the Sky		
	22.20-23.15 Borgen		22.20-23.10 Stillehavets tropiske eventyr		22.20-00.10 Ikke et ord Samsendt m. DR1	22.40-00.10 Foolproof	22.35-23.05 Rytteriet
23.00	23.15-00.05 Verdens sværeste reparationer	23.00-23.50 Justin og Scott i Ecuador	23.10-00.00 Dybhavsboringer	23.15-00.05 SOS: Overlevelse i Andes			23.05-23.50 Tigerhagen tæt på
		23.50-00.35 Rejsen på kanten af verden.					23.50-00.40 Ruslands vilde natur

DR Ramasjang, uge 46 2010

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
16.00	16.00-16.10 Fanboy og Chum Chum 16.10-16.35 Braceface 16.35-16.45 Kika og Bob 16.45-17.00 Pingvinerne fra Madagaskar	16.00-16.10 Fanboy og Chum Chum 16.10-16.35 Braceface 16.35-17.00 iCarly	16.00-16.10 Fanboy og Chum Chum 16.10-16.35 Braceface 16.35-17.00 iCarly	16.00-16.10 Fanboy og Chum Chum 16.10-16.35 Braceface 16.35-17.00 iCarly	16.00-16.10 Fanboy og Chum Chum 16.10-16.35 Braceface 16.35-17.00 iCarly	16.15-16.40 De tre venner og Jerry 16.40-16.50 Nik og Jan 16.50-17.00 Alfred	16.10-16.40 Gepetto News 16.40-16.50 Fanboy og Chum-Chum 16.50-17.00 Nik og Jan
17.00	17.00-17.30 Ramasjang live 17.30-17.50 Lucky Luke 17.50-18.00 Cowboy, indianer og hest	17.00-17.30 Ramasjang live 17.30-17.50 Lucky Luke 17.50-18.00 Cowboy, indianer og hest	17.00-17.30 Ramasjang live 17.30-17.50 Lucky Luke 17.50-18.00 Cowboy, indianer og hest	17.00-17.30 Ramasjang live 17.30-17.50 Lucky Luke 17.50-18.00 Cowboy, indianer og hest	17.00-17.30 Ramasjang live 17.30-17.50 Lucky Luke 17.50-18.00 Cowboy, indianer og hest	17.00-17.30 Omsen og Momsen 17.30-18.00 Gepetto News	17.00-17.30 Emil fra Lønneberg 17.30-18.00 En vild familie
18.00	18.00-18.10 Stor & Lille 18.10-18.30 Bamses Lillebitte Billedbog 18.30-18.55 Alice bag spejlet 18.55-19.20	18.00-18.30 Lille Nørd 18.30-19.00 Nørd: På eventyr i Papua 19.00-19.25 Spider-Man 19.25-19.50 Jackie Chan 19.50-20.00 Historien om telefonen	18.00-18.20 Skæg med tal 18.20-18.30 F for Får 18.30-18.40 Fanboy og Chum Chum 18.40-18.55 Fanboy og Chum Chum 18.55-19.10	18.00-18.30 Kaj og Andrea og Svindedrengen 18.30-18.40 Fanboy og Chum Chum 18.40-18.50 Fanboy og Chum Chum 18.50-19.00 Nik & Jan	18.00-18.30 Pingvinerne fra Madagascar 18.30-18.40 Fanboy og Chum Chum 18.40-19.00 Fanboy og Chum Chum 19.00-19.30 Amigo 19.30-20.00 Ramasjang Live mix	18.00-19.30 Den anden Junglebog 19.30-19.45 Isas stepz 19.45-20.00 Isas stepz	18.00-18.15 Pingvinerne fra Madagascar 18.15-18.25 Timmy-tid 18.25-18.50 Da Lotte blev usynlig 18.50-19.15 Så er der hund 19.15-19.30 Fanboy og Chum Chum 19.30-20.00 Sonny Souffle Chok Show
19.00	Caspers Skræmmeskole 19.20-19.40 Splint & Co. 19.40-20.00 Trolkspejlet						

20.00	20.00-20.05 Cowboy, indianer og hest	20.00-20.05 Cowboy, indianer og hest	20.00-20.05 Cowboy, indianer og hest	20.00-20.05 Cowboy, indianer og hest	20.00-21.15 Hurlum Haj	20.00-20.20 Lizzie McGuire	20.00-20.30 Guds tre piger
	20.05-20.30 En vild familie	20.05-20.30 Braceface	20.05-20.30 Braceface	20.05-20.30 Braceface		20.20-20.45 Lizzie McGuire	
21.00					21.15-21.35 Troldspejlet	20.45-21.05 Braceface	

Bilag 8: Programplaner, uge 46 2015

DR1, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
18.00	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Fra yt til nyt	18.00-18.30 Bonderøven	15.25-19.30* Ekstra TV-Avis	16.35-18.30 Håndbold-søndag
	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-18.55 TV-Avisen	18.30-19.00 TV-Avisen		18.30-19.15 TV-Avisen*
	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr	18.55-19.05 Vores vejr			
19.00	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet	19.05-19.55 Aftenshowet	19.00-20.00 Disney sjov		19.15-20.00 Jagten på blåhvalen
	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen	19.55-20.00 TV-Avisen		19.30-20.00 Forældreløse dyrebørn	
20.00	20.00-20.45 Kender du typen?	20.00-20.45 Gift ved første blik	20.00-20.30 Skatte-jægerne	20.00-20.30 Bonderøven	20.00-21.00 Hvem var det nu vi var?	20.00-21.05 Vidunder-børn	20.00-21.00 Broen III
	20.45-21.30 Frømands-korpset	20.45-21.30 Livets opskrift	20.30-21.00 Rigtige mænd - hva' nu?	20.30-21.30 Europa på grænsen			
21.00			21.00-21.30 På rejse med Riising og mor		21.00-21.15 TV-Avisen	21.05-21.55 Downton Abbey	21.00-21.40 21 Søndag
	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.30-21.55 TV-Avisen	21.15-21.25 Vores vejr		21.40-21.50 Sporten
	21.55-22.20 Horisont	21.55-22.20 Mad-magasinet	21.55-22.20 Penge	21.55-22.20 Bag Borgen	21.25-23.00 Hundjævlen	21.55-22.20 Ekstra TV-Avis*	21.50-22.50 Drømmen om Danmark
22.00	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten	22.20-22.30 Sporten		22.20-23.50 Lewis	
	22.30-00.00 Kommissær George Gently	22.30-00.00 Camilla Läckbergs Tysker-ungen	22.30-00.00 Sebastian Bergman	22.30-00.00 Kriminal-kommissær Foyle			22.50-01.05 Fanget af fortiden
23.00					23.00-00.35 Worricker		
						23.50-01.20 Vera	

*Ekstra TV-Avis og udvidet TV-Avisgrundet terrorangreb i Paris fredag d. 13/11 2015.

DR2, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	17.00-18.30 DR2 Dagen	17.00-18.30 DR2 Dagen	17.00-18.30 DR2 Dagen	17.00-18.30 DR2 Dagen	17.00-18.30 DR2 Dagen	17.05-19.30 DR2 Nyheder <i>Samsendt med DR1</i>	16.25-18.30 DR2 Nyheder special: Mindehøj- tidelighed
18.00	18.30-19.25 Verdens største floddæmning	18.30-19.30 Verdens største stadionkuppel	18.30-19.30 Verdens største krydstogtskib	18.30-19.30 Verdens største olieboreplatform	18.30-18.55 Rytteriet		18.30-19.00 Danskernes krønike
19.00	19.25-19.55 Den rigeste procent	19.30-20.00 Den rigeste procent	19.30-20.00 Den rigeste procent	19.30-20.00 Den rigeste procent	18.55-19.20 Rytteriet	19.30-20.00 Husker du?	19.00-20.00 Den hvide dronning
20.00	19.55-20.45 Flugten gennem tunnelen	20.00-20.45 Børn alene på flugt	20.00-21.35 Hotel Adlon	20.00-21.00 Debatten	20.00-21.45 Crossing over	20.00-22.30 DR2 Tema: Schweiz – Verdens lykkeligste land?	20.00-20.30 Næste uges TV
	20.45-21.30 Indefra med Anders Agger	20.45-22.30 Dokumania				20.01-21.00 Smørhullet i osteklokken	20.30-21.00 Folkehøring om retsforbehold
21.00	21.30-22.30 Det han gjorde – i skyggen af et drab		21.35-22.30 Homeland	21.00-21.30 Detektor	21.45-22.30 Vi ses hos Clement	21.00-22.30 Manden der afslørede de schweiziske banker	21.00-21.40 Nak & Æd
22.00				21.30-22.00 Quizzen med Signe Molde			21.40-22.30 Indefra med Anders Agger
				22.00-22.15 Hva' sker der danser?			
				22.15-22.30 Banken			
	22.30-23.15 Deadline	22.30-23.15 Deadline	22.30-23.15 Deadline	22.30-23.15 Deadline	22.30-23.15 Deadline	22.30-23.30 Deadline	22.30-23.05 Deadline
23.00	23.15-00.00 Vi ses hos Clement	23.15-00.05 Syriens krigsbørn	23.15-00.00 Arabiske billeder	23.15-00.00 Børn alene på flugt	23.15-02.45 DR2 Breaking	23.30-00.00 Quizzen med Signe Molde	23.05-23.35 Næste uges TV
							23.35-00.35 Det han gjorde – i skyggen af et drab

Fredag, lørdag og søndag aften's programflader er ændret som følge af terrorangrebet i Paris d. 13/11 2015, og adskiller sig derfor fra den trykte sendeplan. Planen i dette skema er rekonstrueret ud fra det realiserede program.

DR3, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	16.25-17.15 Mayday: Fly-katastrofer 17.15-17.45 Fif TV 17.45-18.30 Monte Carlo	16.40-17.30 Mayday: Fly-katastrofer 17.30-18.00 Fif TV	16.40-17.30 Mayday: Fly-katastrofer 17.30-18.00 Fif TV	16.55-17.40 Mayday: Fly-katastrofer 17.40-18.10 Fif TV	16.30-17.15 Alaska – Et liv under frysepunktet 17.15-18.05 Mayday: Fly-katastrofer 18.05-18.35 På grænsen	16.50-18.15 High heels and low life 18.15-19.15 Conspiracy Road Trip 19.15-19.55 Doctor Who 19.55-20.40 Crazy ex-girlfriend 20.40-21.00 Family Guy	16.45-17.30 DR3 Dok: 7 dage på Lesbos 17.30-19.00 Det store tudeshow 19.00-20.00 Broen 20.00-21.00 Operation isbjerg
18.00	18.30-19.15 The Tonight show m. JF	18.00-18.30 Fckr md dn hjrne 18.30-19.15 The Tonight show m. JF	18.00-18.30 Find Stein Baggers penge 18.30-19.15 The Tonight show m. JF	18.10-18.40 Kærestesorger for dummies 18.40-19.20 The Tonight show m. JF	18.35-19.20 The Tonight show m. JF 19.20-20.15 Operation isbjerg		
19.00	19.15-19.35 Family Guy 19.35-19.55 Family Guy	19.15-19.35 Family Guy 19.35-20.00 Family Guy	19.15-19.35 Family Guy 19.35-20.00 Family Guy	19.20-19.45 Family Guy 19.45-20.10 Family Guy			
20.00	19.55-20.45 Vice: Mord, kaos og meditation 20.45-21.30 DR3 Dok: Lesbos	20.00-21.30 X Factor UK	20.00-20.20 Family Guy 20.20-21.00 Byen set indefra	20.10-21.00 Maskinerne kommer	20.15-21.00 Doctor Who		
21.00	21.30-22.00 Hjertestop	21.30-22.00 Jeg er ambassa-døren	21.00-21.30 Fckr md dn hjrne 21.30-22.00 Videnskabsmagasinet	21.00-21.30 På grænsen 21.30-22.00 Kærestesorger Science	21.00-22.45 American Reunion	21.00-22.30 Det store tudeshow	21.00-22.45 Black Sails
22.00	22.00-23.40 Sleepy Hollow	22.00-23.30 X Factor UK	22.00-22.30 Kærestesorger for dummies 22.30-23.15 The Walking Dead 23.15-01.00 Hvis jeg var dig	22.00-22.45 Monte Carlo elsker Jylland 22.45-00.30 Black Sails	22.45-00.40 Blow	22.30-00.00 Someone like you	22.45-23.30 The Walking Dead 23.30-01.00 Hyldest til musikikonet Stevie Wonder
23.00	23.40-00.10 På grænsen: Penge	23.30-01.05 Gun Shy					

DR K, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	16.45-17.30 Jagten på forsvundne kunstværker	17.00-18.30 Bornholmer Strasse	16.30-17.30 Marilyns glemte kuffert	16.40-17.35 Marlene Dietrichs sidste tid	16.45-17.15 Kulturrådet	16.20-17.20 Lørdagshjørnet med Jørgen Ryg	16.25-17.15 Det var i maj
18.00	17.30-18.25 Ubekvemme sandheder i Det 3. Rige		17.30-18.00 Huset på Christianshavn	17.35-18.25 Ubekvemme sandheder i Det 3. Rige	17.15-18.05 Det var i maj	17.20-17.55 Så hatten passer	17.15-18.15 Flugten fra DDR
19.00	18.25-19.05 Århundredets vidner	18.30-19.15 De vilde 60'ere	18.00-18.30 Huset på Christianshavn	18.25-19.10 Anden Verdens-krig med russiske øjne	18.05-18.55 Det var i maj	17.55-18.40 Hvornår var det nu det var?	18.15-19.10 Sommer
	19.05-19.55 24 timer vi aldrig glemmer	19.15-19.55 De vilde 60'ere	18.30-19.00 Den bedste alder	19.00-19.55 Flugten over Berlinmuren	18.55-19.55 Sommer	18.40-19.10 Huset på Christianshavn	19.10-19.55 TV-Quizen
	19.55-20.00 Dagens sang	19.55-20.00 Dagens sang	19.00-19.55 Flugten over Berlinmuren	19.10-19.55 Anden Verdens-krig med russiske øjne		19.10-19.45 Huset på Christianshavn	
20.00	20.00-21.30 Bornholmer Strasse	20.00-20.45 TV-Quizen	19.55-20.00 Dagens sang	19.55-20.00 Dagens sang	19.55-20.00 Dagens sang	19.45-19.55 Før Søndagen	
		20.45-21.00 Fra kolonimagt til kolonihave- magt	20.00-20.30 Ludere, lomme- tyve og lirekassemænd	20.00-20.30 Vil du bo her?	20.00-21.00 Sommer	20.00-22.25 Dommedag nu	20.00-21.00 DR K Klassisk: Tak til Carl Nielsen
21.00	21.30-22.20 Flugten over Berlinmuren	21.00-21.30 Kulturrådet	20.30-21.00 Kærlighed og kaos i kollektivet	20.30-21.00 Kvinder, sko og magt			
22.00	22.20-23.10 Flugten over Berlinmuren	21.30-22.00 På sporet af erotikken	21.00-21.30 Historiequizen	21.00-21.30 Filmselskabet	21.00-22.40 Texas Killing Fields		21.00-22.35 Dokland: The Act of Killing
23.00	23.10-00.05 Et Tyskland – den anden side af muren	22.00-22.30 De uartige kalkmalerier	22.00-22.40 De stormfulde 70'ere	21.30-23.15 Mor og søn	22.40-00.25 End of the Spear	22.25-23.10 Hotel- hemmeligheder	22.35-23.05 Salon K – Ordets magt
		22.30-00.05 Kærlighedens hus	22.40-23.40 Londons naturhistoriske museum	23.15-23.45 Kobra		23.10-23.55 Hotel- hemmeligheder	23.05-23.30 Historiequizen
			23.40-02.05 Der Untergang	23.45-01.55 Nanjings tyske helt		23.55-01.40 Mor og søn	23.30-00.00 Kulturrådet

DR Ramasjang, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
16.00	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren	16.05-16.30 Dora udforskeren
	16.30-16.35 Gurli Gris	16.30-16.35 Gurli Gris	16.30-16.35 Gurli Gris	16.30-16.35 Gurli Gris	16.30-16.35 Pingu	16.30-16.40 Peter Kanin	16.30-16.40 Peter Kanin
	16.35-16.45 Professor Balthazar	16.35-17.00 Paw Patrol	16.35-16.45 Professor Balthazar	16.35-16.45 Professor Balthazar	16.35-16.45 Professor Balthazar		
	16.45-17.00 Kate og Mim- Mim		16.45-17.00 Kate og Mim- Mim	16.45-17.00 Kate og Mim- Mim	16.45-17.00 Kate og Mim- Mim	16.40-17.05 Jake og piraterne på Ønskeøen	16.40-17.05 Prinsesse Sofia Fiktion
17.00	17.00-17.05 Hej Ramasjang	17.00-17.05 Hej Ramasjang	17.00-17.05 Hej Ramasjang	17.00-17.05 Hej Ramasjang	17.00-17.05 Hej Ramasjang		
	17.05-17.15 Monster Buster	17.05-17.25 Vilde venner	17.05-17.40 Ramasjang Mysteriet	17.05-17.25 Skæg med bogstaver	17.05-17.35 Ramasjang Rally	17.05-17.30 Kaj og Andrea	17.05-17.30 Rosa fra Rouladegade
	17.15-17.40 Postmand Per	17.25-17.40 Tilde og vennerne		17.25-17.35 Thomas og hans venner			17.30-17.35 Køterfar
	17.40-17.50 Op og hop	17.40-17.55 Ulandskalender – Sofus	17.40-17.50 Op og hop	17.35-17.50 Peddersen og Findus	17.35-17.50 Ramajetterne	17.30-17.45 Det mindste kongerige i verden	17.35-18.00 Vaffelhjerte
	17.50-18.15 Peter Pedal	17.55-18.10 Cirkeline Fiktion	17.50-18.10 Dansebørnene i Cirkus Summarum	17.50-18.10 Alfons Åberg	17.50-18.15 Ramajetterne	17.45-18.00 Kasper og Sofie	
18.00						18.00-18.20 Tree Fu Tom	18.00-18.05 Ramasjang generationen
		18.10-18.15 Jungletrommer	18.10-18.15 Jungletrommer	18.10-18.15 Jungletrommer	18.10-18.15 Jungletrommer		18.05-18.10 Ramasjang generationen
	18.15-18.30 Jungletrommer	18.15-18.30 Musen Tip	18.15-18.30 Musen Tip	18.15-18.25 Musen Tip	18.15-18.20 Musen Tip		18.10-18.20 Lille Anna og lange onkel Ib
				18.25-18.30 Hvad vil du vide?	18.20-18.30 Hvad vil du vide?	18.20-18.30 Yakari	18.20-18.30 Yakari
	18.30-18.45 Monster Buster	18.30-18.50 Vilde venner	18.30-19.00 Ramasjang Mysteriet	18.30-18.50 Skæg med bogstaver	18.30-19.00 Ramasjang Rally	18.30-19.00 Kaj og Andrea	18.30-19.00 Rosa fra Rouladegade
	18.45-19.00 Postmand Per						

[illegible]

DR Ultra, uge 46 2015

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
17.00	16.45-17.10 Wild Kratts 17.10-17.35 Monsters vs. Aliens 17.35-18.00 Hank Zipzer	16.45-17.10 Wild Kratts 17.10-17.35 Monsters vs. Aliens 17.35-18.00 Hank Zipzer	16.45-17.10 Wild Kratts 17.10-17.35 Monsters vs. Aliens 17.35-18.00 Hank Zipzer	16.45-17.10 Wild Kratts 17.10-17.35 Monsters vs. Aliens 17.35-18.00 Hank Zipzer	16.45-17.10 Wild Kratts 17.10-17.35 Snydt! 17.35-18.00 Hank Zipzer	17.00-17.20 Skøregård Gymnasium 17.20-17.30 Junglebanden 17.30-17.45 Backstage 17.45-18.00 Backstage	17.00-17.20 Skøregård Gymnasium 17.20-17.30 Junglebanden 17.30-18.00 Ultras Sorte Kageshow
18.00	18.00-18.10 Ultra Nyt 18.10-18.30 Ka-ching 18.30-18.45 Min ven fra Syrien 18.45-19.05 iCarly	18.00-18.08 Ultra Nyt 18.08-18.10 Troldspejlet nyt 18.10-18.15 Ultra Tørret Street 18.15-18.30 Asfalt 18.30-18.45 Min ven fra Syrien 18.45-19.10 iCarly	18.00-18.10 Ultra Nyt 18.10-18.30 Fængslet – forbudt for børn 18.30-18.45 Min ven fra Syrien 18.45-19.10 iCarly	18.00-18.10 Ultra Nyt 18.10-18.20 Asfalt 18.20-18.30 Asfalt 18.30-18.45 Min ven fra Syrien 18.45-19.07 iCarly	18.00-18.10 Alvin og de frække jordegern 18.10-18.20 Alvin og de frække jordegern 18.20-18.30 Alvin og de frække jordegern 18.30-18.40 Uglen 18.40-19.00 iCarly	18.00-18.10 Alvin og de frække jordegern 18.10-18.15 Troldspejlet nyt 18.15-18.35 Dragons 18.35-18.55 Dragons 18.55-19.20 Big Time Rush	18.00-18.15 Dagens ret 18.15-18.35 Hank Zipzer 18.35-19.00 Hank Zipzer
19.00	19.05-19.20 Benjamin 19.20-19.45 Besat af 19.45-20.10 Big Time Rush	19.10-19.40 Den barske klode 19.40-20.00 Ka-ching	19.10-19.15 Troldspejlet nyt 19.15-19.30 Dagens ret 19.30-20.00 Walter og Trofast	19.07-19.10 Troldspejlet nyt 19.10-19.25 Ultras bedste 19.25-19.40 Ultras bedste 19.40-20.00 Venskaberne	19.00-19.15 Benjamin 19.15-19.45 Besat af 19.45-20.00 Ultras bedste	19.20-20.00 Kvit eller dobbel	19.00-19.30 Mille 19.30-20.00 Mille
20.00	20.10-20.50 Kvit eller dobbel	20.00-20.15 Pendlerkids	20.00-20.30 Roy	20.00-21.20 Iris	20.00-21.35 Find Nemo	20.00-21.10 Den lille havfrue 2 21.10-21.40 Gepetto News	20.00-20.05 Snurre Snup 20.05-20.15 Ræven der solgte sig selv

		20.15-20.30 Pendlerkids					20.15-20.20 Daffy har hikke
		20.30-20.45 Pendlerkids	20.30-21.00 Roy				20.20-20.40 Junglebogens junglebørn
	20.50-21.17 Wolfblood	20.45-21.12 Wolfblood					20.40-21.00 Nødde- patruljen
21.00			21.00-21.30 Dinosaurernes verden				21.00-22.10 Vidunderbørn

Bilag 9: Programplaner for TV 2

Programplanerne er rekonstrueret ud fra det materiale, der ligger i databasen larm.fm.

For 2005 er dataene mangelfulde, således at det ikke er hele ugens program, der er arkiveret.

Uge 40 i 2005

Mandag d. 3/10 2005

- Ingen data -

Tirsdag d. 4/10 2005

Klokkeslet	Titel	Genre
17.06	Rundfunk	Ungdom/Musik
17.33	Et umage par	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.22	Vejret	Vejrudsigt
18.30	Statsministeren i krydsild	Aktualitet
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionale nyheder	Nyheder
20.00	Huset	Livsstil
21.00	Vild med dans - trin for trin	Underholdning
21.30	Huset - direkte	Livsstil
22.00	Nyhederne og Finans	Nyheder
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.25	Vejret	Vejrudsigt
22.35	Sportsnyhederne	Sport
22.50	Menneskedyret	Dokumentar
23.20	Familie Osbourne	Underholdning
23.45	Six feet under	Fiktion

Onsdag d. 5/10 2005

Klokkeslet	Titel	Genre
17.06	Rundfunk	Ungdom/Musik
17.33	Et umage par	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.22	Vejret	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow

19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionale nyheder	Nyheder
20.00	I tykt og tyndt	Dokumentar/livsstil
20.40	Desperate Housewives	Fiktion
21.30	Joey	Fiktion
22.00	Nyhederne og Finans	Nyheder
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.28	Vejret	Vejrudsigt
22.38	SportsNyhederne	Sport
23.10	Operation mareridt	Dokumentar

Torsdag d. 6/10 2005

Klokkeslet	Titel	Genre
17.06	Rundfunk	Ungdom/Musik
17.34	Et umage par	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.22	Vejret	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionale nyheder	Nyheder
20.00	Familien Jensen	Dokumentar
20.50	Husvild	Livsstil
21.30	Airport	Dokumentar
22.00	Nyhederne og Finans	Nyheder
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.28	Vejret	Vejrudsigt
22.42	LPS	Sport
23.25	New York Blues	Fiktion

Fredag d. 7/10 2005

Klokkeslet	Titel	Genre
17.06	Rundfunk	Ungdom/Musik
17.33	Et umage par	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.21	WeekendVejret	Vejrudsigt

18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionale nyheder	Nyheder
20.00	Vild med dans	Underholdning
21.20	Vild med dans - rundt på gulvet	Underholdning
21.44	Tid til kærlighed	Fiktion
23.50	Theory of Flight	Fiktion

Lørdag d. 8/10 2005

- ingen data -

Søndag d. 9/10 2005

- ingen data -

Programfladens struktur i hverdagene, 2005

Fast struktur kl. 17-20

Ungdomsprogram

Fiktion - 30 min.

Nyheder - 10 min.

Regionale nyheder - 10 min.

Vejrudsigt - 10 min.

Aktualitetstalkshow - 30 min.

Nyheder - 30 min.

Regionalprogram - 30 min.

kl. 20-22

Mandag: -

Tirsdag: Livsstil, underholdning og livsstil

Onsdag: Dokumentar/livsstil og 2 x fiktion

Torsdag: Dokumentar, livsstil, dokumentar

(Semifast struktur) kl. 22-midnat

Nyheder - 20 min.

Regionale nyheder - 10 min.

Vejrudsigt - 10 min.

Sport/Sport + dokumentar + underholdning

Fiktion

Uge 46 i 2010

Mandag d. 15/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	Venner	Fiktion
17.30	Venner	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Dansk Fodbold Award 2010	Sport
20.55	Brug Bolden	Sport
22.00	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.30	Hutlitut	Sport
23.05	Natholdet	Talkshow
23.40	Klovn	Fiktion

Tirsdag d. 16/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	Venner	Fiktion
17.30	Venner	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Stjernerne på slottet	Livsstil
20.50	BS og Basserne	Dokumentar/let fakta
21.25	Alarm 112	Dokumentar
22.00	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.30	Station 2 Politirapporten	Dokumentar
23.05	Natholdet	Talkshow

23.40	Sky Cops	Dokumentar
-------	----------	------------

Onsdag d. 17/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	Venner	Fiktion
17.30	Venner	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Fodboldlandskamp	Sport
21.10	Fodboldlandskamp	Sport
22.15	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
22.35	Regionale nyheder	Nyheder
22.45	Hele Danmarks hjemmebane - efter kampen	Sport
23.20	Natholdet	Talkshow
23.50	Sky Cops	Dokumentar

Torsdag d. 18/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	Venner	Fiktion
17.30	Venner	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Lærkevej	Fiktion
20.50	Danmark ifølge Bubber	Dokumentar
21.25	Basta	Livsstil/forbrugerprogram
22.00	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
22.20	Regionale nyheder	Nyheder
22.30	LPS	Sport

23.05	Natholdet	Talkshow
23.40	Sky Cops	Dokumentar

Fredag d. 19/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	Venner	Fiktion
17.30	Venner	Fiktion
18.00	Nyhederne, Finans og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Vild med dans	Underholdning
21.30	Live fra Bremen	Underholdning
21.50	Vild med dans - afgørelsen	Underholdning
22.10	Vild med dans - rundt på gulvet	Underholdning
22.35	Live fra Bremen	Underholdning
23.05	The Manchurian Candidate	Fiktion

Lørdag d. 20/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
16.55	Håndbold	Sport
18.00	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	BS og Basserne	Dokumentar/let fakta
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
19.45	Lørdagssporten	Sport
20.00	Bingo Banko	Underholdning
21.10	TV 2 Fight Night: Patrick Nielsen og Rudy Markussen	Sport
22.50	TV 2 Fight Night: Kasper Bruun	Sport
23.30	TV 2 Fight Night: Highlights	Sport

Søndag d. 21/11 2010

Klokkeslet	Titel	Genre
16.05	The Devil wears Prada	Fiktion
18.00	Nyhederne og Sporten	Nyheder og sport
18.10	Regionale nyheder	Nyheder
18.20	Vejret	Vejrudsigt
18.25	Danmark ifølge Bubber	Dokumentar
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Akt.? Nyheder?
20.00	Station 2 Politirapporten	Dokumentar
20.30	Kaos i Skagen	Dokumentar (livsstil)
21.00	Next	Fiktion
22.35	Live fra Bremen	Underholdning
22.55	Live fra Bremen	Underholdning

Programfladens struktur i hverdagene, 2010

Fast struktur kl. 17-20

Fiktion - 30 min.

Fiktion - 30 min.

Nyheder - 10 min.

Regionale nyheder - 10 min.

Vejrudsigt - 10 min.

Aktualitetstalkshow - 35 min.

Nyheder - 30 min.

Regionalprogram - 30 min.

kl. 20-22

Mandag: Sport

Tirsdag: Livsstil, dokumentar og let fakta

Onsdag: Sport

Torsdag: Fiktion, dokumentar og forbrugerprogram

kl. 22-midnat

Nyheder - 20 min.

Regionale nyheder - 10 min.

Sport + talkshow + fiktion/dokumentar

Uge 46 i 2015

Mandag d. 9. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.00	Nyhederne	Nyheder
17.11	Regionale nyheder	Nyheder
17.23	Go' appetit	Livsstil
17.50	Vejret	Vejrudsigt
18.00	Nyhederne	Nyheder
18.13	Regionale nyheder	Nyheder
18.26	Dit efterårsvejr	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Norskov	Fiktion
20.50	Spiegelhauer i forbrugernes tjeneste	Fakta
21.26	Hofleverandørerne	Dokumentarserie
22.00	Nyhederne	Nyheder
22.30	Regionale nyheder	Nyheder
22.49	Natholdet	Talkshow
23.25	Top 20 Funniest	Underholdning

Tirsdag d. 10. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.00	Nyhederne	Nyheder
17.11	Regionale nyheder	Nyheder
17.23	Go' appetit	Livsstil
17.50	Vejret	Vejrudsigt
18.00	Nyhederne	Nyheder
18.13	Regionale nyheder	Nyheder
18.26	Dit efterårsvejr	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Størst	Dokumentar
20.50	Razzia	Dokumentarserie

21.26	Station 2 Politirapporten	Dokumentarserie
22.00	Nyhederne	Nyheder
22.26	Regionale nyheder	Nyheder
22.47	Natholdet	Talkshow
23.23	Top 20 Funniest	Underholdning

Onsdag d. 11. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.00	Nyhederne	Nyheder
17.11	Regionale nyheder	Nyheder
17.23	Go' appetit	Livsstil
17.50	Vejret	Vejrudsigt
18.00	Nyhederne	Nyheder
18.13	Regionale nyheder	Nyheder
18.26	Dit efterårsvejr	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Hemmeligheder og løgne	Dokumentarserie
20.50	Århundredets våbenhandel	Dokumentar
21.40	Vild med dans - trin for trin	Underholdning
22.00	Nyhederne	Nyheder
22.30	Regionale nyheder	Nyheder
22.50	Natholdet	Talkshow
23.25	Top 20 Funniest	Underholdning

Torsdag d. 12. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.00	Nyhederne	Nyheder
17.11	Regionale nyheder	Nyheder
17.23	Go' appetit	Livsstil
17.50	Vejret	Vejrudsigt
18.00	Nyhederne	Nyheder
18.13	Regionale nyheder	Nyheder
18.26	Dit efterårsvejr	Vejrudsigt
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder

19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Landmand søger kærlighed	Livsstil
20.55	Station 2	Dokumentar
21.40	Station 2 Efterlyst	Dokumentar
22.00	Nyhederne	Nyheder
22.27	Regionale nyheder	Nyheder
22.48	Natholdet	Talkshow
23.20	Pretty Cool Pets	Underholdning
23.50	Rude Tube - web celebs	Underholdning

Fredag d. 13. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.00	Nyhederne	Nyheder
17.11	Regionale nyheder	Nyheder
17.23	Go' appetit	Livsstil
17.51	Vejret	Vejrudsiget
18.00	Nyhederne	Nyheder
18.13	Regionale nyheder	Nyheder
18.26	Dit efterårsvejr	Vejrudsiget
18.30	Go' aften Danmark	Aktualitetstalkshow
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00 (20.06)	Vild med dans	Underholdning
21.30	Vild med dans live	Underholdning
21.50	Vild med dans afgørelsen	Underholdning
22.20	Frikendt	Fiktion
23.55	Vantage point	Fiktion

Lørdag d. 14. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
17.05	SuperMatchen	Sport
17.50	Nyhederne	Nyheder
17.55	SuperMatchen	Sport
18.46	Regionale nyheder	Nyheder
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
19.46	Sportscenter	Sport

20.07	X-kærester	Fiktion
23.05	The Fan	Fiktion

Søndag d. 15. november 2015

Klokkeslet	Titel	Genre
16.55	Toppen af poppen	Musik
18.20	Dit efterårsvejr	Vejr
18.20	Regionale nyheder	Nyheder
18.25	Go' appetit	Livsstil
19.00	Nyhederne	Nyheder
19.30	Regionalprogram	Nyheder/aktualitet
20.00	Hvem vil være millionær?	Underholdning
21.07	Diana	Fiktion
23.00	Hemmeligheder og løgne	Dokumentarserie
23.50	Norskov	Fiktion

Programfladens struktur i 2015

Fast struktur kl. 17 til 20:

Nyheder - 10 min.

Regionale nyheder - 10 min.

Mad (livsstil) - 25 min.

Vejrudsigt - 10 min.

Nyheder - 13 min.

Regionale nyheder - 13 min.

Vejrudsigt - 4 min.

Aktualitetstalkshow - 30 min.

Nyheder - 30 min.

Regionalprogram - 30 min.

kl. 20-22:

Mandag: Fiktion, fakta og dokumentar

Tirsdag: Fakta og 2 x dokumentar

Onsdag: 2 x dokumentar og underholdning

Torsdag: Livsstil og 2 x dokumentar

Fast struktur kl. 22 til midnat:

Nyheder - 30 min.

Regionale nyheder - 20 min.

Talkshow - 30 min.

Underholdning - 50 min.

Bilag 10: Kryds på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015

Kryds mellem kanalerne for de voksne seere i 2005, klokken 18.00-00.00

(Kanaler for de voksne seere i 2005: DR1 og DR2)

Hverdage

Mandag kl. 18.00
20.00
21.00

Tirsdag kl. 20.00
20.30

Onsdag kl. 20.00
22.30

Torsdag kl. 20.00
21.50

Weekend-dage

Fredag kl. 20.00

Lørdag kl. 20.00

Søndag kl. 19.30
20.00

Kryds mellem kanalerne for de voksne seere i 2010, klokken 18.00-00.00

(Kanaler for de voksne seere i 2010: DR1, DR2, DR K og DR HD)

Hverdage

Mandag kl.	18.00	DR1 og DR K
	18.30	DR1 og DR K
	19.00	DR1 og DR K
	19.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	20.45	DR1 og DR HD
	21.00	DR1 og DR K
	21.50	DR1 og DR K
Tirsdag kl.	18.00	DR1 og DR K
	19.00	DR1 og DR K
	19.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	20.30	DR1, DR2 og DR K
	23.00	DR K og DR HD
Onsdag kl.	19.30	DR1, DR2 og DR K
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	20.25	DR2 og DR HD (samsending)
	21.00	DR1 og DR K
Torsdag kl.	18.00	DR1 og DR K
	19.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	20.30	DR1 og DR K
	21.35	DR2 og DR HD
	23.40	DR1 og DR2

Weekend-dage

Fredag kl.	18.00	DR1 og DR K
	18.30	DR1 og DR K
	19.00	DR1 og DR K
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	20.50	DR2, DR K og DR HD
	21.00	DR1 og DR2
	21.30	DR1 og DR2
	22.20	DR1 og DR HD
	23.30	DR2 og DR K
Lørdag kl.	18.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	18.30	DR1, DR2 og DR K
	19.00	DR1, DR2 og DR K
	19.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD

Søndag kl.	18.00	DR1, DR2 og DR K
	18.30	DR1 og DR K
	19.00	DR1, DR K og DR HD
	20.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	21.00	DR1, DR2, DR K og DR HD
	21.30	DR2 og DR K

Kryds mellem kanalerne for de voksne seere i 2015, klokken 18.00-00.00

(Kanaler for de voksne seere i 2015: DR1, DR2, DR3 og DR K)

Hverdage

Mandag kl.	18.30	DR1, DR2 og DR3
	19.55	DR2, DR3 og DR K
	20.00	DR1 og DR K
	20.45	DR1, DR2 og DR3
	21.30	DR1, DR2, DR3 og DR K
	22.30	DR1 og DR2

Tirsdag kl.	18.00	DR1 og DR3
	18.30	DR1, DR2, DR3 og DR K
	19.15	DR3 og DR K
	20.00	DR1, DR2, DR3 og DR K
	20.45	DR1, DR2 og DR K
	21.30	DR1, DR3 og DR K
	22.30	DR1, DR2 og DR K

Onsdag kl.	18.00	DR1, DR3 og DR K
	18.30	DR1, DR2, DR3 og DR K
	20.00	DR1, DR2, DR3 og DR K
	20.30	DR1 og DR K
	21.00	DR1, DR3 og DR K
	21.30	DR1, DR3 og DR K
	22.30	DR1, DR2 og DR3

Torsdag kl.	18.30	DR1, DR2 og DR K
	20.00	DR1, DR2 og DR K
	20.30	DR1 og DR K
	21.30	DR1, DR2, DR3 og DR K
	22.30	DR1 og DR2

Weekend-dage

Fredag kl.	18.05	DR3 og DR K
	18.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2 og DR K
	21.00	DR1, DR3 og DR K

Lørdag kl.	19.30	DR1 og DR2
	20.00	DR1, DR2 og DR K
	21.00	DR2 og DR3

Søndag kl.	18.30	DR1 og DR2
	19.00	DR2 og DR3
	20.00	DR1, DR2, DR3 og DR K
	21.00	DR1, DR2, DR3 og DR K
	21.40	DR1 og DR2

Bilag 11: Programhenvisninger på DRs tv-kanaler i 2005, 2010 og 2015

Tallet i parentes angiver hvilket nummer indslaget har, startende fra den foregående udsendelses ophør. Når tallet, der er angivet, er nul, er det fordi der er tale om speak under rulleteksterne på det foregående program. Flere på hinanden følgende programmtaler under rulletekster angives som 0a, 0b, 0c og så fremdeles.

DR1 2005, klokken 20

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Fiktion (1) Fiktion, gentagelse (10)	Opl. & kultur (2) Opl. & kultur, gentagelse (7)	Opl. & kultur/ Akt. & debat (1) Gentagelse (7)	Opl. & kultur (1) Gentagelse (7)	Under- holdning (9)	Fiktion (0), Gentagelse (4) begge er kun speak	Fiktion (0 – speak samtidig med ident)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Fiktion (titel og klokkeslet nævnes) (9)	Opl. & kultur (1)	Dokumentar (2)	Under- holdning (6)	Fiktion (8)		Opl. & kultur (0)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Under- holdning (2) Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4), Fiktion (6)	Dokumentar (3) Opl. & kultur (5)	Fiktion (4) Opl. & kultur/ Akt. & debat (5)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur ("De skrev hist.") (3), Fiktion (x3) (4)	Fiktion (1) ("Ny dag, ny tid"), Fiktion (2), Fiktion (5)	Under- holdning (0), Fiktion (2)	
Der og nu	Opl. & kultur (8)	Opl. & kultur (6)	Fiktion (6)	Akt. & debat (5)	Dokumentar (6)	Dokumentar (3)	
Der og snart		Opl. & kultur/Akt. & debat (4)			Akt. & debat (7)		
Der og i fremtiden	Fiktion (5)				Dokumentar (3)		
Anden platform			Akt. & debat på P1 (3)			Akt. & debat på P1 (1)	
Kampagne/ident/andet	Licens- kampagne (7)				Ident (4)		Ident (0 – vises under speak)

DR1 2005 efter klokken 20.00-programmet

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Nyheder (0b)		Dokumentar (1)				

			Kort gentagelse i speak (4)				
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Fiktion (8), Akt. & debat (9)				Fiktion (4)		Opl. & kultur (5), Nyheder (6)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Fiktion (0a), Fiktion (1), Fiktion (2), Fiktion (3), Dokumentar (4), Opl. & kultur (5)		Opl. & kultur (2), Fiktion (3)		Musik (1), Fiktion (2), Fiktion (3)		Fiktion (1), Fiktion (3), Dokumentar (4)
Der og nu	Dokumentar på DR2 (7)						
Der og snart							
Der og i fremtiden							Opl. & kultur på DR2 (2)
Anden platform	Akt. & debat på P1 (6)						

DR2 2005, klokken 20

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (0), Gentagelse (2)	Fiktion (0), Gentagelse (4)	Akt. & debat (0) Gentagelse (3)	Opl. & kultur (1), gentagelse (6) kun speak	Dokumentar (1), Gentagelse (5)	Fiktion (1) Speak (5)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Dokumentar (1)		Akt. & debat (1), Opl. & kultur (3)	Doku/fakta (1), Fiktion (2)	Akt. & debat (3), Opl. & kultur (4), Opl. & kultur (5)		Opl. & kultur (2)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (0) (speak under rulletekst), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (0) (speak under rulletekst), Akt. & debat (1)	Opl. & kultur (0) (speak under rulletekst), Fiktion (2)	Opl. & kultur (0 - speak)	Opl. & kultur (2)	Fiktion (2), Opl. & kultur (3), Fiktion (4)	Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4)
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden							

DR1 2010, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Fiktion (0) Fiktion (2)	Opl. & kultur (0 – speak)	Dokumentar (1) Gentagelse (5)	Opl. & kultur (0), Gentagelse (speak) (5)	Underholdning (0b)	Fiktion (1), Gentagelse (8)	Fiktion (1)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Opl. & kultur (3), Nyheder (9)	Opl. & kultur (1)	Nyheder (v. værten) (2)	Nyheder (v. værten) (2), Dokumentar (4)	Nyheder (v. værten) (1)	Fiktion (2)	Nyheder (5)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (1), Fiktion (4), Underholdning (5)		Dokumentar (3) (inkl. line-up der angiver, at uds. kommer efter ”Sporløs” – går igen i speak).		Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (4), Opl. & kultur (5), Underholdning (6)	Opl. & kultur (3), Dokumentar (4)
Der og nu			Opl. & kultur på DR2 (4)		Fiktion på Ramasjang (0a)		
Der og snart							
Der og i fremtiden	Opl. & kultur, DR2 (6), Opl. & kultur, DR2 (+ HD) (7)				Opl. & kultur på DR2 (5)	Opl. & kultur på DR2 (7)	Fiktion på DR HD (5)
Line-up	Opl. & kultur på DR2, fiktion på Ramasjang + Opl. & kultur på DR K – ’lige nu’ (8)	Dokumentar på DR2, Opl. & kultur på DR K + Fiktion på HD – ’lige nu’ (2) For DR1: NU, kl. 20.30 og 21.00 (Kontant kl. 21.25 nævnes i speaket) (4)		Debat på DR2, Opl. & kultur på DR K + Dokumentar på DR HD ’lige nu’ (3)	Fiktion på DR2, Opl. & kultur på DR K og Dokumentar på DR HD ’lige nu’ (6)		Opl. & kultur DR2, Fiktion Ramasjang og Musik DR K – ’lige nu’ (6)
Anden platform		P2 (3)					
Kampagne/ident/andet				Generel reklame for DR1 som hjemsted for store	Børnenes U-lands-kalender på DR1 (2)	Generel reklame for DR1 som hjemste	Generel reklame for DR1 som hjemsted for store

				oplevelser (1).	Aftenshowet "Alle hverdage" på DR1 (4)	d for store oplevelser (3)	oplevelser (2)
--	--	--	--	-----------------	--	----------------------------	----------------

DR1 2010, efter klokken 20-programmet

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (0b) Gentagelse (2 - trailer) Kort gentagelse i speak (9)		Opl. & kultur (0a) Kort gentagelse i speak (4)		Nyheder (0a) Kort gentagelse i speak (5)		Nyheder (0) Kort gentagelse i speak (5)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Nyheder (0a)		Nyheder (0b)		Opl. & kultur (0b), Fiktion (0c) Opl. & kultur (1 – trailer for 0b), Fiktion (2 – trailer for 0c)		Fiktion (1)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Fiktion (1) (i tekst og speak gøres opmærksom på, at udsendelsen også sendes på DR HD) Dokumentar (3), Dokumentar (4), Fiktion (5) (i tekst og speak gøres opmærksom på, at udsendelsen også sendes på DR HD), Akt. & debat (7)		Fiktion (2) (i tekst og speak gøres opmærksom på, at udsendelsen også sendes på DR HD)		Akt. & debat (0d), Fiktion (3)		Fiktion (2) (i tekst gøres opmærksom på, at udsendelsen også sendes på DR HD), Fiktion (3)
Der og nu	Dokumentar på DR HD				Satire på DR2 (0e)		

	(8)						
Der og snart							
Der og i fremtiden							
Line-up							Opl. & kultur på DR2, Oppl. & kultur på DR K, Fiktion på DR HD (4)
Anden platform			P2 (3)				
Kampagne/ident/andet	Licens-kampagne (6)		Generel reklame for DR1 som hjemsted for store oplevelser (1).		Licens-kampagne (4)		

DR2 2010, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (0)	Opl. & kultur (0) Gentagelse (programvært) (1), Gentagelse (speaker) (6)	Dokumentar (0) GENTAGELSE v. programvært (1)		Fiktion (1)	Dokumentar (1), Gentagelse (5)	
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Akt. & debat (3), Fiktion (4)	Dokumentar (4), Opl. & kultur (5)	Dokumentar (4), Opl. & kultur (5)	Fiktion (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (3)	Akt. & debat (2), Akt. & debat (3)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (1)	Fiktion (satire) (2)	Opl. & kultur (2) m. tekst angives, at uds. også vises på DR HD.	Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4)			
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden	Dokumentar på DR1 (2)				Fiktion på DR1 (2)		
Line-up	Fiktion på DR1 + HD, Opl. &	Line-up: DR1, DR K og DR HD; Livsstil,	Opl. & kultur på DR1, Opl. & kultur	Opl. & kultur på DR1,	Underholdning på DR1, Oppl. & kultur på	Fiktion på DR1, Fiktion på	Fiktion på DR1 og HD,

	kultur på DR K 'lige nu' (5) DR2 kl. 20.30 og 22.15 (6)	Opl. & kultur samt fiktion (3)	på DR K og Fiktion på HD 'Lige nu' (3) DR2 'NU', kl. 20.30 og 20.50 (6)	Opl. & kultur på DR K og Oppl. & kultur på DR HD 'Lige nu' (5) DR2 'NU', kl. 20.50 og 21.35 (6)	DR K og Dokumentar på DR HD (4)	DR K og Dokumentar på DR HD (4)	Musik på DR K (4) DR2 'NU', kl. 20.30 og 21.00
Anden platform					Opfordring til at kontakte DR2 Udland på Facebook.		

DR K 2010, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Speak (4)		Opl. & kultur; Speak uden visuel ledsagelse (1)	Opl. & kultur; Speak uden visuel ledsagelse (1)	Opl. & kultur (0)	Fiktion (0)	Musik (0)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere		Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (2) NB! Der siges blot "torsdag" og ikke "i aften".			
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (2), Fiktion (3)			Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden							
Line-up	DR K kl. 20.00, 21.00 og 21.50 (3)	DR K kl. 20.00, 20.30 og 22.15 (0), Gentagelse (4)	DR K kl. 20.00, 21.00 og 21.40 (4)	DR K kl. 20.00, 20.30 og 21.25 (3)	DR K kl. 20.00, 20.50 og 22.40 (2)	DR K kl. 20.00, 23.05 og 00.00 (3)	DR K kl. 20.00, 21.00 og 21.30 (4)

DR HD 2010, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Fiktion (0a) Gentagelse (6) <i>der gøres opmærksom på, at der er tale om samsending med DR1</i>	Fiktion (0)	Fiktion (0) Gentagelse (3) <i>der gøres opmærksom på, at der er tale om samsending med DR2</i>	Dokumentar (0)	Dokumentar (0)	Dokumentar (1)	Fiktion (0)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Fiktion (0b)						
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Dokumentar (1), Dokumentar (2), Fiktion (3), Fiktion (4)	Dokumentar (1), Fiktion (2)	Dokumentar (1)	Dokumentar (1), Fiktion (2)	Dokumentar (1)	Fiktion (2), Fiktion (3)	Fiktion (1)
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden							
Line-up	DR HD kl. 20.00, 20.45 og 21.35 (5)	DR HD kl. 20.00, 21.30 og 23.00 (3)	DR HD kl. 20.00, 20.25 og 22.20 (2)	DR HD kl. 20.00, 20.45 og 21.35 (3)	DR HD kl. 20.00, 20.50 og 21.40 (2)	DR HD kl. 20.00, 20.50 og 22.40 (4)	DR HD kl. 20.00, 21.00 og 22.35 (2)
Anden platform							DR.dk/ Ekspres (Borgen) (0)

DR Ramasjang 2010, klokken 17.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1)	Fiktion (2)	Fiktion (1)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere							
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson		Fiktion (3)		Fiktion (2)			
Der og nu							
Der og snart							Opl. & kultur på DR1 (2)
Der og i fremtiden							
Kampagne/ident/andet	Trailer for årets jule-	Kampagne-film for		Ident (3)	Trailer for årets jule-	Ident (1), Musik-	Ident (3)

	kalender, der samsendes med DR1 (2), Ident (3)	MGP- tilmelding (2), Ident (4)			kalender, der samsendes med DR1 (2), Ident (3), Ident (4)	video der markerer børne- konvention (3), Ident (4)	
--	---	---	--	--	---	--	--

DR1 2015, kl. 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Opl. & kultur (1) Gentagelse (8)	Opl. & kultur (reality) (1), Gentagelse (8)	Opl. & kultur (0-1; speak begynder under rulletekst og fortsætter i line-up.) I speak gentages hvilket program der NU starter (6)	Opl. & kultur (0-1; speak begynder under rulletekst og fortsætter i trailer.) I speak gentages hvilket program der NU starter (9)	Under- holdning (0b) I speak gentaget hvilket program der NU starter mens intro går i gang (6)	Under- holdning (0a – live speak under rulletekst) I speak gentages hvilket program der NU starter (9)	Fiktion (0) I speak gentages hvilket program der NU starter (5)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Nyheder + Akt. & debat (0), Opl. & kultur (2)	Nyheder + Akt. & debat (0), Opl. & kultur (2)		Dokumentar (2)		Fiktion (0b)	Nyheder (4)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (7)	Opl. & kultur (7)		Under- holdning (8)	Under- holdning (2), Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (7)	
Der og nu	Fiktion på DR K (3), Dokumentar på DR2 (4)	Opl. & kultur på DR K (3), Under- holdning på DR3 (4), Dokumentar på DR2 (5)	Fiktion på DR2 (4)	Debat på DR2 (3), Opl. & kultur på DR K (4), Fiktion på DR Ultra (5)	Fiktion på DR Ultra (0a), Fiktion på DR2 (5)	Fiktion på DR Ultra (2), Dokumentar på DR2 (3), Fiktion på DR3 (4)	Fiktion på DR Ultra (1), Dokumentar på DR3 (2), Opl. & kultur på DR K (3)
Der og snart			Opl. & kultur på DR K (5)				
Der og i fremtiden	Opl. & kultur på DR K (5), Opl. & kultur (tema på DR3) (6)	Opl. & kultur (tema på DR3) (6)		Under- holdning på DR3 (6)	Under- holdning på DR3 (4)	Opl. & kultur på DR K (6)	
Line-up			DR1 'om lidt', kl. 20.30 og 21.00 (1, 2 og 3)			DR1 kl. 21.05, 21.55 og 22.20 (1)	
Anden platform				Reklame for koncerter i DRs	Dr.dk/ultra med interaktiv	Radio- kanalen P2 (8)	

				koncerthus (7)	historie om flygtninge- situationen (1)		
Kampagne/ident/andet						Tema på DR3 denne uge (5)	

DR1 2015, efter klokken 20-programmet

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Let fakta (1) Kort gentagelse i speak (6)		Let fakta (1) Kort gentagelse i speak (7)		Nyheder (0a) Kort gentagelse i speak (8)		Nyheder (0) Kort gentagelse i speak (5)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Nyheder (5)		Opl. & kultur (2)		Fiktion (0b) Gentagelse m. trailer (1)		Dokumentar (4)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (4)		Under- holdning (6)		Under- holdning (7)		
Der og nu	Dokumentar på DR3 (2), Let fakta på DR2 (3)		Opl. & kultur på DR K (3)		Fiktion (0c og d – kort speak under rulletekst) Gentagelse m. trailers: Fiktion på DR K (2), Fiktion på DR3 (3)		Fiktion på DR3 (1), Dokumentar på DR K (2), Opl. & kultur på DR2 (3)
Der og snart							
Der og i fremtiden			Under- holdning på DR3 (4)		Opl. & kultur på DR K (4), Dokumentar på DR2 (5), Under- holdning på DR3 (6)		
Kampagne/ident/andet			Børnenes U-lands- kalender (5)				

DR2 2015, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Dokumentar (0b), Gentagelse (2)	Opl. & kultur (0) Gentagelse (3)	Fiktion (0) Gentagelse (speak under intro) (4)	Akt. & debat (0a) Gentagelse (4)	Fiktion (0) Gentagelse m. speak (5)		Ingen egentlig continuity. Speaker fortæller at der senere er sammendrag fra folkehøring samt Deadline, og præsenterer den kommende udsendelse.
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Opl. & kultur (fakta) (1)	Dokumentar (1), Akt. & debat (2)	Akt. & debat (1), Fiktion (3)	Satire (0b) Akt. & debat (2), Akt. & debat (3)	Opl. & kultur (2), akt. & debat (3)		-
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (næste afsnit i denne uds.-række) (0a)		Akt. & debat (2)	Dokumentar (1)	Debat (1)		-
Der og nu							-
Der og snart							-
Der og i fremtiden							-
Kampagne/ident/andet			Udsagn på skrift m. musikalsk ledsagelse (2)		Udsagn på skrift m. musikalsk ledsagelse (4)		-

DR3 2015, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Dokumentar (0) Gentagelse (3)	Underholdning (0)	Fiktion (0a)	Dokumentar (5 – speak under intro)	Fiktion (0) Gentagelse (7)	Fiktion (0a) Gentagelse (4)	Dokumentar (0b) Gentagelse m. visuel ledsagelse (4)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Dokumentar (1), Opl. & kultur/doku.		Opl. & kultur (0b)	Let fakta (4)	Fiktion (6)	Underholdning (0b)	Fiktion (3)

	(2)						
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson		Fiktion (mere af dette i morgen) (0) Fiktion (1), Dokumentar (3), Let fakta (4) Underholdning (5)	Dokumentar (1), Underholdning (2), Let fakta (3), Opl. & kultur (4)	Dokumentar (1), Underholdning (2), Fiktion (3)	Dokumentar (2), Fiktion (3), Underholdning (4), Fiktion (5)	Sport (1) Dokumentar (2) Fiktion (3)	Opl. & kultur (1), Dokumentar (2)
Der og nu							Fiktion (0a – speak: næste afsnit af Broen på DR1 lige nu)
Der og snart							
Der og i fremtiden							
Anden platform		Dokumentar på DR TV (2)					
Kampagne/ident/andet			Air look (ident) (5)		Air look (ident) (1)		

DR K 2015, klokken 20.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Fiktion (5)	Opl. & kultur (5)	Opl. & kultur (5)	Opl. & kultur (5)	Fiktion (6)	Fiktion (4)	Musik (3)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Dokumentar (3), Dokumentar (4)	Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4)	Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3), Opl. & kultur (4 – gen-tagelse af (2) v. speaker)	Fiktion (4), Fiktion (5)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)	Dokumentar (1), Opl. & kultur (2)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (1)	Opl. & kultur (1), Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (1)	
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden							

DR Ramasjang 2015, klokken 17.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt						-	
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (2)		-	Opl. & kultur (2)
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson			Fiktion (3)		Opl. & kultur (2) Opl. & kultur (3)	-	Opl. & kultur (3)
Der og nu						-	
Der og snart	Opl. & kultur på DR Ultra (3)			Opl. & kultur på DR Ultra (3)		-	
Der og i fremtiden						-	
Kampagne/ident/andet	Ident (1), Ident (4)	Ident (1), Reklame for Børnenes U-lands-kalender (3) Ident (4)	Ident (1), Ident (4)	Ident (1), Ident (4)	Ident (1), Ident (4)	Ident (1)	Ident (1), Ident (4)

DR Ultra 2015, klokken 18.00

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lørdag	Søndag
Her og nu - lige om lidt	Nyheder (1)	Nyheder (1)	Nyheder (1)	Nyheder (1)	Fiktion (1)	Fiktion (1)	Opl. & kultur (1)
Her og snart - umiddelbart efter det næste program/lidt senere	Opl. & kultur (2)	Opl. & kultur (3)					
Her og i fremtiden - nogle dage fra nu eller senere denne sæson			Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)	Opl. & kultur (2), Opl. & kultur (3)		Opl. & kultur (2)	
Der og nu							
Der og snart							
Der og i fremtiden							
Anden platform					Trailer for "Min flugt" på web (2)		
Kampagne/ident/andet	Ident (3)	Reklame for Børnenes U-lands-kalender (2), Ident (4)	Ident (4)	Ident (4)	Ident (3)	Reklame for Børnenes U-lands-kalender (3), Ident (4)	Ident (2)

